

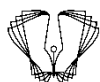
Министерство образования и науки Российской Федерации  
ФГБОУ ВО «Нижевартовский государственный университет»

# **ХІХ ВСЕРОССИЙСКАЯ СТУДЕНЧЕСКАЯ НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКАЯ КОНФЕРЕНЦИЯ НИЖНЕВАРТОВСКОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО УНИВЕРСИТЕТА**

**г. Нижневартовск, 4–5 апреля 2017 г.**

*сборник статей*

**Часть 6  
Экономика. Управление. Туризм**



Издательство  
Нижевартовского  
государственного  
университета  
2017

**ББК 72я43**  
**Д 25**

Печатается по постановлению Редакционно-издательского совета  
Нижевартовского государственного университета

Ответственный редактор  
кандидат педагогических наук, доцент *А.В. Коричко*

**Д 25 XIX Всероссийская студенческая научно-практическая конференция Нижевартовского государственного университета:** сборник статей (г. Нижевартовск, 4–5 апреля 2017 года) / отв. ред. А.В. Коричко. Ч. 6. Экономика. Управление. Туризм. – Нижевартовск: Изд-во Нижеварт. гос. ун-та, 2017. – 993 с.

**ISBN 978–5–00047–391–7**

Сборник содержит статьи участников XIX Всероссийской студенческой научно-практической конференции Нижевартовского государственного университета.

Для учащихся, студентов и преподавателей образовательных учреждений, специалистов-практиков.

**ББК 72я43**

Изд. лиц. ЛР № 020742. Подписано в печать 11.07.2017  
Формат 60х84/8. Бумага для множительных аппаратов  
Гарнитура Times. Усл. печ. листов 124,25  
Заказ 1865

Электронная версия  
Нижевартовского государственного университета  
628615, Тюменская область, г. Нижевартовск, ул. Дзержинского, 11  
Тел./факс: (3466) 43-75-73, E-mail: [izd@nvsu.ru](mailto:izd@nvsu.ru)

**ISBN 978–5–00047–391–7**

© Издательство НВГУ, 2017

# СОДЕРЖАНИЕ

## СЕКЦИЯ «ТЕХНОЛОГИИ МЕНЕДЖМЕНТА И МАРКЕТИНГА В РАЗВИТИИ ЭКОНОМИКИ»

Агарков И.Е. МЕТОДЫ БОРЬБЫ С КАРТЕЛЯМИ В РОССИИ И В МИРЕ .....	19
Аксакова А.А. ФОРМИРОВАНИЕ ФИНАНСОВОЙ ГРАМОТНОСТИ ЧЕРЕЗ ИНСТИТУТЫ ГРАЖДАНСКОГО ОБЩЕСТВА .....	21
Александрова В.В. ИСТОЧНИКИ ИНФОРМАЦИИ В ГОСУДАРСТВЕННОМ УПРАВЛЕНИИ СОЦИАЛЬНО- ЭКОНОМИЧЕСКИМИ ПРОЦЕССАМИ .....	24
Алексенко В.В., Алиханов М.М. ТЕХНОЛОГИИ МЕНЕДЖМЕНТА И МАРКЕТИНГА В РАЗВИТИИ ЭКОНОМИКИ РЕГИОНА .....	27
Алёхина Е.И. СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ И ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ СТРОИТЕЛЬНОЙ ОТРАСЛИ СТАВРОПОЛЬСКОГО КРАЯ .....	30
Андросова И.А., Заварзина В.В. ФИНАНСОВАЯ ПОДДЕРЖКА МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В РОСТОВСКОЙ ОБЛАСТИ .....	35
Арефкина Ю.А. БЕНЧМАРКИНГ ФИНАНСОВЫХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ .....	39
Арсланова М.М. УСТОЙЧИВОЕ РАЗВИТИЕ КОРПОРАЦИИ КАК ОДНА ИЗ ОСНОВНЫХ ЦЕЛЕЙ УПРАВЛЕНИЯ ФИНАНСАМИ .....	42
Архипова А.В. О ПРАВОВЫХ ВОПРОСАХ АТТЕСТАЦИИ КАДРОВ В ОРГАНИЗАЦИЯХ .....	44
Ауелбек А. РЕГУЛИРОВАНИЕ РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В РЕГИОНЕ .....	47
Ахметова Д.Е. ЦЕНОВАЯ ДИСКРИМИНАЦИЯ: ВИДЫ, УСЛОВИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ, ПОСЛЕДСТВИЯ ДЛЯ ОБЩЕСТВЕННОГО БЛАГОСОСТОЯНИЯ .....	51
Безлепкина А.А. ИНТЕГРАЦИОННЫЙ ДИАЛОГ ОПЕК И РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ .....	53
Беликова В.А. АНАЛИЗ ПРОБЛЕМ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ НА ПРЕДПРИЯТИИ ОАО «МОЛОЧНЫЙ КОМБИНАТ «СТАВРОПОЛЬСКИЙ» .....	56
Белолипская П.К. ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ СТРОИТЕЛЬНОЙ ОТРАСЛИ ГОРОДА НОВОСИБИРСКА .....	60
Беспалова Е.О., Баетова Д.Р. МЕТОДИКА АНАЛИЗА ФИНАНСОВОГО СОСТОЯНИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ .....	63
Бешкок Е.А. ИПОТЕЧНОЕ КРЕДИТОВАНИЕ В РОССИИ И ЗА РУБЕЖОМ .....	65
Бородина О.В. ПРОБЛЕМЫ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ГОСУДАРСТВЕННОГО ФИНАНСОВОГО КОНТРОЛЯ В РОССИИ .....	71
Боярская В.В. МАЛОЕ ИННОВАЦИОННОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО (ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ) .....	73
Бугаева А.С. КРАУДФАНДИНГ – СИСТЕМА ИНВЕСТИРОВАНИЯ ИННОВАЦИОННЫХ ПРОЕКТОВ .....	76
Бузолина А.И., Пономарева А.В. БОЛЬШИЕ ЦИКЛЫ КОНДРАТЬЕВА ЭКОНОМИКИ ФРАНЦИИ .....	78

Булатова Е.Р. РОЛЬ МФЦ В ПОВЫШЕНИИ ДОСТУПНОСТИ ГОСУДАРСТВЕННЫХ И МУНИЦИПАЛЬНЫХ УСЛУГ .....	80
Валиева В.В. ОСОБЕННОСТИ КАРТЕЛЬНЫХ СОГЛАШЕНИЙ В РОССИИ.....	83
Варфоломеева О.П. ЗАДАЧИ КРЕДИТНЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ В ЦЕЛЯХ ПРОТИВОДЕЙСТВИЯ ЛЕГАЛИЗАЦИИ ДОХОДОВ, ПОЛУЧЕННЫХ ПРЕСТУПНЫМ ПУТЕМ .....	85
Мозговая С.С., Васинюк О.А. ИННОВАЦИОННЫЙ ПОТЕНЦИАЛ РЕГИОНА (НА ПРИМЕРЕ КРАСНОДАРСКОГО КРАЯ) .....	88
Верещагина Ю.В. ФИНАНСОВЫЙ АНАЛИЗ СТРАХОВОЙ КОМПАНИИ «ИНГОССТРАХ».....	92
Верховская Н.А. СТРАТЕГИЯ ИМПОРТОЗАМЕЩЕНИЯ НА ФАРМАЦЕВТИЧЕСКОМ РЫНКЕ: ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ И ТЕНДЕНЦИИ .....	95
Виниченко А.В. ПРАКТИЧЕСКОЕ ПРИМЕНЕНИЕ КРАУДФАНДИНГА КАК ИННОВАЦИОННОГО МЕХАНИЗМА ФИНАНСИРОВАНИЯ .....	98
Виноградова Ю.Л. РАЗРАБОТКА ПРОЦЕССА УПРАВЛЕНИЯ ЛОЯЛЬНОСТЬЮ И УДОВЛЕТВОРЕННОСТЬЮ ТРУДОМ .....	102
Вихлянцева Н.В. ПРОБЛЕМЫ ИНВЕСТИРОВАНИЯ В ЭКОНОМИКУ СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ .....	104
Власенко Р.А. ВЕНЧУРНЫЙ БИЗНЕС: ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ .....	107
Гаврина С.С. АКВАКУЛЬТУРА – ОДНА ИЗ ВОЗМОЖНОСТЕЙ ИМПОРТОЗАМЕЩЕНИЯ В УСЛОВИЯХ ЭКОНОМИЧЕСКИХ САНКЦИЙ .....	109
Гайворонская К.А., Епина В.С. ВЫБОР И РЕАЛИЗАЦИЯ КОНКУРЕНТНОЙ СТРАТЕГИИ КАК ВАЖНЕЙШИЕ УСЛОВИЯ УСПЕШНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СОВРЕМЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ .....	111
Гасанова П.Х. ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ТРУДОВОГО ПОТЕНЦИАЛА НА ПРОМЫШЛЕННОМ ПРЕДПРИЯТИИ .....	113
Гасимова Д.Д. ДИСКРИМИНАЦИЯ ЖЕНЩИН В СФЕРЕ ТРУДА.....	116
Гаффарова Г.Р., Киченина Т.Н. ДЕБИТОРСКАЯ И КРЕДИТОРСКАЯ ЗАДОЛЖЕННОСТЬ КАЗЕННЫХ УЧРЕЖДЕНИЙ: КОНТРОЛЬ И УПРАВЛЕНИЕ .....	118
Глебова Е.А. ЛИЗИНГОВЫЕ ОПЕРАЦИИ В МЕЖДУНАРОДНЫХ СДЕЛКАХ .....	120
Голинченко Е.К. ФИНАНСОВАЯ УСТОЙЧИВОСТЬ КАК ФАКТОР КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ .....	122
Голота Д.П. ОСОБЕННОСТИ СТРАХОВАНИЯ БАНКОВСКИХ РИСКОВ И КРЕДИТОВ В ПРАКТИКЕ ОТЕЧЕСТВЕННЫХ КРЕДИТНО-ФИНАНСОВЫХ ИНСТИТУТОВ .....	124
Гончарова Е.С., Павленко К.В. МЕТОДЫ ОЦЕНКИ КРЕДИТОСПОСОБНОСТИ ЮРИДИЧЕСКИХ ЛИЦ .....	127
Горелкина Д.И. ФОРМИРОВАНИЕ ФИНАНСОВЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ КОММЕРЧЕСКОГО БАНКА .....	132
Грицай Е.В. СОЗДАНИЕ ЭФФЕКТИВНОЙ СИСТЕМЫ КЛЮЧЕВЫХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ КРП НА ПРИМЕРЕ ООО «СПОРТИК» .....	136
Гюльнезерова М.Н., Саркисян А.А. ПРИНЯТИЕ И АНАЛИЗ СТРАТЕГИЧЕСКИХ УПРАВЛЕНЧЕСКИХ РЕШЕНИЙ.....	139



Гюльнезерова М.Н., Саркисян А.А. СТРАТЕГИИ РАЗРЕШЕНИЯ ВНУТРИГРУППОВЫХ ПРОТИВОРЕЧИЙ .....	142
Гюльнезерова М.Н., Саркисян А.А. ЖИЗНЕННЫЙ ЦИКЛ ОРГАНИЗАЦИИ И ЕГО ПРАКТИЧЕСКОЕ ПРИМЕНЕНИЕ .....	144
Давидян А.В., Зима Ю.С. ИССЛЕДОВАНИЕ ПРИОРИТЕТНЫХ НАПРАВЛЕНИЙ ПОВЫШЕНИЯ КАЧЕСТВА НАЛОГОВОГО АДМИНИСТРИРОВАНИЯ ФНС РОССИИ .....	147
Давлекаева А.В. ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В СТРУКТУРЕ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ПРОМЫШЛЕННОЙ ПОЛИТИКИ .....	150
Даркен К. АНАЛИЗ ВНЕШНЕГО ТОВАРООБОРОТА ДОБЫВАЮЩИХ ОТРАСЛЕЙ КАЗАХСТАНА .....	152
В.В. Дейнеко, студент .....	155
ОСОБЕННОСТИ ИНВЕНТАРИЗАЦИИ В СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННОЙ ОРГАНИЗАЦИИ .....	155
Дейнеко В.В. КОНТРОЛЬ ЗА СОХРАННОСТЬЮ ДЕНЕЖНЫХ СРЕДСТВ .....	157
Долгая А.Н. РАЗРАБОТКА СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ПРОИЗВОДСТВОМ .....	160
Долгова Е.А. ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В СИСТЕМЕ РАЗВИТИЯ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫХ РЕСУРСОВ ГОСУДАРСТВЕННОГО УПРАВЛЕНИЯ .....	162
Дулин Ю.В. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К ПРОЦЕССУ УПРАВЛЕНИЯ КАЧЕСТВОМ НА ПРЕДПРИЯТИИ .....	166
Думцева А.С. ФАКТОРЫ, ВЛИЯЮЩИЕ НА СБЫТОВУЮ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ, И РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ПОВЫШЕНИЮ ЕЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ .....	170
Егорова Е.В. ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ ТРУДА ПЕРСОНАЛА В ЦЕЛЯХ УЛУЧШЕНИЯ СОЦИАЛЬНО- ЭКОНОМИЧЕСКИХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ ПРЕДПРИЯТИЯ И РЕГИОНА .....	172
Ефименко О.А. СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ РЫНКА ИПОТЕЧНОГО КРЕДИТОВАНИЯ В ВОЛГОГРАДСКОЙ ОБЛАСТИ .....	174
Загайнова Е.И. КЛАСТЕРНЫЙ ПОДХОД КАК ИННОВАЦИОННАЯ МОДЕЛЬ РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ РЕГИОНОВ .....	176
Зайнуллина Г.Ф. ОЦЕНКА КОНТРОЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ БАНКА РОССИИ .....	179
Золотавина Ф.Г., Захарова О.В. АКТУАЛЬНЫЙ ОПЫТ ОБРАЩЕНИЯ С ОТХОДАМИ ПРОИЗВОДСТВА И ПОТРЕБЛЕНИЯ ВО ФРАНЦИИ .....	182
Захарова Н.Д. ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА ПРИМЕНЕНИЯ ФИНАНСОВОГО АУТСОРСИНГА .....	186
Зейтунян С.Р. АНАЛИЗ НАПРАВЛЕНИЯ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ МУНИЦИПАЛЬНЫХ РАЙОНОВ КРАСНОДАРСКОГО КРАЯ .....	188
Зоркальцева А.С. ФОРМЫ И МЕТОДЫ ФИНАНСОВОГО КОНТРОЛЯ В АПК .....	192
Зоркальцева А.С. УЧЕТ ИНВЕНТАРИЗАЦИИ РАСЧЕТОВ С КОНТРАГЕНТАМИ .....	194
Зоркальцева А.С., Кравченко В.И. МЕТОДИКА БЮДЖЕТНОЙ ПОДДЕРЖКИ РЕГИОНАЛЬНОГО АПК .....	197
Зубарь Т.С., Родин А.В. ВЫЗОВЫ И ТРЕНДЫ РАЗВИТИЯ АПК КРАСНОДАРСКОГО КРАЯ .....	200

Иванова Е.М. СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ МАРКЕТИНГОВОЙ ЛОГИСТИКИ В ТОРГОВОЙ ОРГАНИЗАЦИИ .....	203
Игнатъева В.С. ПРОЦЕССЫ СЛИЯНИЙ И ПОГЛОЩЕНИЙ НА ФАРМАЦЕВТИЧЕСКОМ РЫНКЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ.....	208
Илиджева Э.А., Васильченко Е.И. АНАЛИЗ РОССИЙСКОГО РЫНКА СТРАХОВАНИЯ.....	210
Иругова А.И. ПОТРЕБНОСТЬ В ПЛАНИРОВАНИИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ, ФУНКЦИОНИРУЮЩИХ В РЫНОЧНЫХ УСЛОВИЯХ ХОЗЯЙСТВОВАНИЯ .....	213
Исакова О.С. СОВРЕМЕННЫЕ ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В СИСТЕМЕ УПРАВЛЕНИЯ ГОСУДАРСТВЕННЫМ ИМУЩЕСТВОМ .....	215
Казанбаева В.А. ОТ АТТЕСТАЦИИ РАБОЧИХ МЕСТ ДО СПЕЦИАЛЬНОЙ ОЦЕНКИ УСЛОВИЙ ТРУДА .....	218
Кайдаш В.Д. СЕНСОРНЫЙ МАРКЕТИНГ КАК РЕГУЛЯТОР ВОЗДЕЙСТВИЯ НА ВЫБОР ПОТРЕБИТЕЛЯ .....	220
Калашникова Н.Н. СТРАХОВАНИЕ СРЕДСТВ ВОЗДУШНОГО ТРАНСПОРТА .....	223
Каменская Ю.Д. ОСНОВНЫЕ ПРОБЛЕМЫ И МЕТОДЫ РЕГУЛИРОВАНИЯ ЕСТЕСТВЕННОЙ МОНОПОЛИИ В РОССИИ НА ПРИМЕРЕ ОАО «РЖД».....	226
Карабак А.А. АСПЕКТЫ СТРАХОВАНИЯ ТУРИСТОВ, ВЫЕЗЖАЮЩИХ ЗА РУБЕЖ .....	229
Картушина Т.В. ПРИМЕНЕНИЕ РЕИНЖИНИРИНГА В СФЕРЕ ОБРАЗОВАНИЯ.....	231
Куршубадзе Р.З. ПЕСПЕКТИВЫ ВНЕДРЕНИЯ ИННОВАЦИЙ В РАБОТУ С ОБРАЩЕНИЯМИ ГРАЖДАН .....	235
Кийкова С.А. ИННОВАЦИОННАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ В АПК. ОПЫТ США .....	239
Кийкова С.А. СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ АДМИНИСТРАЦИИ ПРИКУБАНСКОГО ВНУТРИГОРОДСКОГО ОКРУГА ПО РАБОТЕ С ОБРАЩЕНИЯМИ ГРАЖДАН .....	242
Кипкеева А.Х. ПРОБЛЕМЫ МОТИВАЦИИ В СФЕРЕ СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА .....	245
Киреева Е.В. ЦЕНА НА БЕНЗИН И ФАКТОРЫ ЕЕ ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ.....	247
Киреева А.А. ЭФФЕКТИВНОСТЬ РЫНКА С ДОМИНИРУЮЩЕЙ ФИРМОЙ.....	249
Киреева Е.В. БАНКРОТСТВО ФИЗИЧЕСКИХ ЛИЦ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ .....	252
Клецкова М.Ю. УПРАВЛЕНИЕ ГОСУДАРСТВЕННЫМ ДОЛГОМ РЕГИОНА (НА ПРИМЕРЕ ВОЛГОГРАДСКОЙ ОБЛАСТИ) .....	255
Клыгина У.К. РОЛЬ ТУРИСТИЧЕСКОГО БИЗНЕСА В ЭКОНОМИКЕ ГОСУДАРСТВА.....	259
Козий К.С. УПРАВЛЕНИЕ ПОРТФЕЛЕМ ИПОТЕЧНЫХ ЖИЛИЩНЫХ КРЕДИТОВ В КОММЕРЧЕСКОМ БАНКЕ ....	263
Козлов В.Н. ТРУДОВАЯ МИГРАЦИЯ НАСЕЛЕНИЯ: СУЩНОСТЬ, КЛАССИФИКАЦИЯ И ОСНОВНЫЕ ПРИЧИНЫ .....	267

Комаристая Е.Ю. УПРАВЛЕНИЕ ДЕНЕЖНЫМИ ПОТОКАМИ КАК ЭФФЕКТИВНЫЙ ИНСТРУМЕНТ ФИНАНСОВОЙ СИСТЕМЫ ПРЕДПРИЯТИЯ .....	270
Кондакова А.А. ТЕКУЧЕСТЬ КАДРОВ: ПРИЧИНЫ И РЕКОМЕНДАЦИИ.....	273
Коркина А.А. ПЕРСПЕКТИВЫ МАЛОГО БИЗНЕСА В СТРОИТЕЛЬНОЙ ОТРАСЛИ .....	278
Корчагина А.С. СОВРЕМЕННЫЕ ПОДХОДЫ К ОРГАНИЗАЦИОННОЙ КУЛЬТУРЕ.....	280
Костина А.А. ОБЕСПЕЧЕНИЕ РАЗРАБОТКИ СТРАТЕГИЧЕСКИХ ПЛАНОВ .....	283
Косьяненко М.И. МАРКЕТИНГ ИННОВАЦИЙ: МЕТОДЫ И ЭФФЕКТИВНАЯ СОВРЕМЕННАЯ ПРАКТИКА ИХ РЕАЛИЗАЦИИ.....	286
Котляр А.С. ЭКОНОМИКА РОССИИ: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ .....	289
Краевая Е.С. МАРКЕТИНГОВАЯ ПРОГРАММА РАЗВИТИЯ .....	291
Крымская О.Н. ОЦЕНКА СОВРЕМЕННОГО СОСТОЯНИЯ РЫНКА ТРУДА В НОВОСИБИРСКОЙ ОБЛАСТИ .....	294
Крымская О.Н. КОММЕРЧЕСКИЙ КРЕДИТ: РАЗВИТИЕ, ПРОБЛЕМЫ, СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ.....	297
Крячко А.А. СТРАХОВАНИЕ ЖИЗНИ В РОССИИ.....	300
Куандыкова Д.А. УПРАВЛЕНИЕ ДЕБИТОРСКОЙ ЗАДОЛЖЕННОСТЬЮ ООО «ОЗК» АЗОВСКОГО РАЙОНА ОМСКОЙ ОБЛАСТИ .....	303
Кулик А.О. ОСОБЕННОСТИ ИНФЛЯЦИОННЫХ ПРОЦЕССОВ В РОССИИ ЗА 2012–2016 ГГ.: ПРИЧИНЫ, ПОСЛЕДСТВИЯ.....	305
Куликов Д.А. МЕТОДЫ БОРЬБЫ С КАРТЕЛЯМИ В РОССИИ И В МИРОВОЙ ПРАКТИКЕ .....	308
Куш А.А. СОДЕРЖАНИЕ ФИНАНСОВОГО КРИЗИСА И ЕГО ВЛИЯНИЕ НА БАНКОВСКОЕ КРЕДИТОВАНИЕ .....	311
Лазоренко А.А. ОСНОВНЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ КАЧЕСТВО ЖИЗНИ НАСЕЛЕНИЯ (НА ПРИМЕРЕ КЕМЕРОВСКОЙ ОБЛАСТИ).....	314
Лебакин Е.И. ОЦЕНКА РИСКА БАНКРОТСТВА ЗАО «НОВО-УШАКОВСКОЕ» МУРОМЦЕВСКОГО РАЙОНА ОМСКОЙ ОБЛАСТИ .....	317
Леликова А.В. МАРКЕТИНГОВЫЙ ПОДХОД К РАЗВИТИЮ ТУРИСТСКИХ ТЕРРИТОРИЙ (НА ПРИМЕРЕ МОСТОВСКОГО РАЙОНА КРАСНОДАРСКОГО КРАЯ).....	318
Ли А.А. РЫНОЧНАЯ КООРДИНАЦИЯ КАК ЭЛЕМЕНТ СТРУКТУРЫ РЫНКА.....	321
Ляшенко К.В. ПРОБЛЕМЫ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ АКТИВНЫХ ОПЕРАЦИЙ КОММЕРЧЕСКИМИ БАНКАМИ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ.....	324
Макашкин М.А. СОВРЕМЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ СПОРТИВНОГО МАРКЕТИНГА.....	328
Мамакова А.Г. ОТМЫВАНИЕ ПРЕСТУПНЫХ ДОХОДОВ ПОСРЕДСТВОМ БИТКОИНОВ .....	333

Марков Д.С. БЕЗРАБОТИЦА В СТАВРОПОЛЬСКОМ КРАЕ КАК ОСНОВА РЕФОРМИРОВАНИЯ ЭКОНОМИКИ .....	335
Мартин М.В. ОСОБЕННОСТИ УПРАВЛЕНИЯ ОРГАНИЗАЦИЯМИ МАЛОГО БИЗНЕСА В РОССИЙСКИХ УСЛОВИЯХ .....	339
Мартыненко Д.В. УПРАВЛЕНИЕ КАДРОВЫМ ПОТЕНЦИАЛОМ В АДМИНИСТРАЦИИ МУНИЦИПАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ ТИХОРЕЦКИЙ РАЙОН.....	341
Марунич В.Г., Нарыков И.М. ИННОВАЦИОННАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ В АПК. СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ.....	343
Марченко К.П. ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ УПРАВЛЕНИЯ .....	347
Мастепанова М.С. СОВРЕМЕННАЯ ФИНАНСОВО-ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ОСНОВА МЕСТНОГО САМОУПРАВЛЕНИЯ.....	349
Матвеева А.К. ТЕНЕВОЙ СЕКТОР ЭКОНОМИКИ И МЕРЫ БОРЬБЫ С НИМ, ПРИМЕНЯЕМЫЕ В РОССИЙСКОЙ И МИРОВОЙ ПРАКТИКЕ .....	351
Матрёненко Д.А. ИННОВАЦИОННАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ В СЕКТОРАХ ЭКОНОМИКИ: АПК, ОХРАНА ОКРУЖАЮЩЕЙ СРЕДЫ (НА ПРИМЕРЕ МУНИЦИПАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ ПАВЛОВСКИЙ РАЙОН) .....	355
Мелихова Д.Н. ПРОБЛЕМЫ И ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ВЕНЧУРНОГО РЫНКА РОССИИ.....	357
Миннибаева Ж.И. СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ИПОТЕЧНОГО КРЕДИТОВАНИЯ В САМАРСКОЙ ОБЛАСТИ .....	359
Мищенко Д.В., Миннибаева Ж.И. ПАРАМЕТРЫ ФОРМИРОВАНИЯ РЕЙТИНГОВ КРЕДИТНЫХ УЧРЕЖДЕНИЙ .....	363
Митина А.Е. СТРАХОВАНИЕ КРЕДИТНЫХ РИСКОВ .....	367
Михненко Е.В. СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ МИРОВОГО ФОНДОВОГО РЫНКА.....	369
Михненко Е.В. БЮДЖЕТ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ НА 2017 ГОД: СОСТОЯНИЕ И ПРОЕКТЫ.....	371
Мищенко Д.В. АНАЛИЗ СОСТОЯНИЯ И ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ОСНОВНЫХ СРЕДСТВ .....	375
Молоканова О.А. ВЛИЯНИЕ МАРКЕТИНГОВЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ НА РАЗВИТИЕ РЫНКА СПЕЦОДЕЖДЫ.....	380
Морозова Д.В. ПОНЯТИЕ И НЕОБХОДИМОСТЬ СТРАТЕГИЧЕСКОГО МЕНЕДЖМЕНТА ДЛЯ ОБЕСПЕЧЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ .....	384
Москалёва А.П. УЧЕТ РАСЧЕТОВ С БЮДЖЕТОМ В ООО «ОПХ ИМ. ФРУНЗЕ» ТАРСКОГО РАЙОНА ОМСКОЙ ОБЛАСТИ НА ПРИМЕРЕ НАЛОГА НА ДОХОДЫ ФИЗИЧЕСКИХ ЛИЦ .....	386
Мурцалова З.А. СУЩНОСТЬ ФИНАНСОВ КОРПОРАЦИИ И ИХ РОЛЬ В СИСТЕМЕ ФИНАНСОВ СТРАНЫ .....	388
Мухамедзянова А.А. СТРАХОВОЙ НАДЗОР .....	390
Мухаметшина В.Э. ТЕХНОЛОГИИ МЕНЕДЖМЕНТА И МАРКЕТИНГА В РАЗВИТИИ ЭКОНОМИКИ РЕГИОНА .....	394
Назаров В.Г. АКТУАЛЬНЫЕ АСПЕКТЫ ПОЗИЦИОНИРОВАНИЯ РЕГИОНОВ .....	397

Найденова Н.И., Северин В.М. ИННОВАЦИОННАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ В РАЗВИТИИ СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА КРАСНОДАРСКОГО КРАЯ (НА ПРИМЕРЕ АГРОХОЛДИНГА «КУБАНЬ»)	399
Нелаева И.А. АНАЛИЗ КОНКУРЕНТНЫХ ПРЕИМУЩЕСТВ ОРГАНИЗАЦИИ	402
Немцева Д.А., Тагирова А.В. РЫНОК АПТЕЧНЫХ ТОВАРОВ ГОРОДА НИЖНЕВАРТОВСКА: ПРАВОВОЙ АСПЕКТ	405
Немцева Д.А. РАЗРАБОТКА АЛГОРИТМА ПРОГНОЗИРОВАНИЯ ПРОДАЖ	407
Никитина Г.А. МОДЕЛИ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ МОДЕРНИЗАЦИИ В ЧАСТНОЙ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ	411
Новикова К.Н. РОЛИ МЕНЕДЖЕРА В СОВРЕМЕННОСТИ. КАКИМ ОН ДОЛЖЕН БЫТЬ?	414
Новицкий В.В., Никишина А.Ю. ОСОБЕННОСТИ МЕЖДУНАРОДНОГО ФИНАНСОВОГО МЕНЕДЖМЕНТА В УСЛОВИЯХ КРИЗИСА ГЛОБАЛЬНОГО ФИНАНСОВОГО РЫНКА	418
Носова М.Е. СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ ИННОВАЦИОННОГО ПОТЕНЦИАЛА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ	421
Оганян Э.Т., Джавадова О.М. ПЛАНИРОВАНИЕ ПРОИЗВОДСТВА НА ПРИМЕРЕ ПАО «ГАЗПРОМ»	424
Паздникова И.С. МЕТОДЫ БОРЬБЫ С КАРТЕЛЯМИ В РОССИИ И В МИРОВОЙ ПРАКТИКЕ	426
Панченко С.А., Ковбун Н.В. КРАУДФАНДИНГ – СИСТЕМА ИНВЕСТИРОВАНИЯ В РОССИИ И США	428
Пегина А.С. АНАЛИЗ ЖИЗНИ НАСЕЛЕНИЯ СТАВРОПОЛЬСКОГО КРАЯ	431
Пенцева О.А. ИМИДЖ КАК ЭЛЕМЕНТ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ РЕГИОНА	434
Петросян А.Р., Ковтун О.И. РОЛЬ НОВАТОРСКОЙ МОДЕЛИ ПОВЕДЕНИЯ АГЕНТОВ В ЭКОНОМИЧЕСКОМ РАЗВИТИИ ФИРМЫ	436
Пирожок М.В., Васильченко Е.И. СТРАХОВАНИЕ В СЕЛЬСКОМ ХОЗЯЙСТВЕ	439
Пирожок М.В., Дикарева И.А. ОСОБЕННОСТИ РЫНКА ГОСУДАРСТВЕННЫХ ЦЕННЫХ БУМАГ	441
Позднякова А.А., Дикарева И.А. ОСОБЕННОСТИ БИРЖЕВОЙ ТОРГОВЛИ РОССИЙСКОГО РЫНКА ЦЕННЫХ БУМАГ	444
Позднякова А.А., Васильченко Е.И. ТЕНДЕНЦИИ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ СТРАХОВАНИЯ ЖИЗНИ В РОССИИ	448
Пономаренко П.Ю. МАРКЕТИНГ ИМИДЖА КАК СТРАТЕГИЧЕСКОЕ НАПРАВЛЕНИЕ ТЕРРИТОРИАЛЬНОГО МАРКЕТИНГА (НА ПРИМЕРЕ АБРАУ-ДЮРСКО)	451
Попкова А.В. АНТИМОНОПОЛЬНАЯ ПОЛИТИКА В РФ: МЕТОДЫ ВЫЯВЛЕНИЯ СГОВОРА	454
Привалова Т.А. АУДИТ И ЕГО РОЛЬ В СИСТЕМЕ ФИНАНСОВОГО КОНТРОЛЯ В УСЛОВИЯХ РЫНОЧНОЙ ЭКОНОМИКИ	456
Приходченко А.С. ПОДДЕРЖКА ГОСУДАРСТВОМ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ФИРМ	459

Прохина Н.Ю. ДИНАМИКА И ГЕОГРАФИЯ ВЪЕЗДНОГО МЕЖДУНАРОДНОГО ТУРИЗМА В РОССИИ В 2013– 2016 ГГ. В УСЛОВИЯХ НЕСТАБИЛЬНОЙ ПОЛИТИЧЕСКОЙ И ЭКОНОМИЧЕСКОЙ СИТУАЦИИ В СТРАНЕ.....	461
Протасова А.А., Кондакова А.А. ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ СТРУКТУРНЫХ КОМПОНЕНТОВ ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО КАПИТАЛА НА ТЕРРИТОРИИ ХАНТЫ-МАНСКИЙСКОГО АВТОНОМНОГО ОКРУГА – ЮГРЫ .....	466
Прохорова С.А. ФОРСАЙТ РЫНКА ТРУДА: О НАСТОЯЩЕМ И БУДУЩЕМ ВОСТРЕБОВАННЫХ ПРОФЕССИЙ .....	471
Прохорова С.А., Сафронова Ю.И. ПРОБЛЕМЫ СОВРЕМЕННЫХ ЛИДЕРОВ.....	474
Порошина Л.А. ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ.....	478
Равилова С.Ф. АЛГОРИТМ ВНЕДРЕНИЯ МАРКЕТИНГОВОЙ СЛУЖБЫ В ТОРГОВОЙ ОРГАНИЗАЦИИ .....	480
Раменская А.Д. ЖЕЛАТЕЛЬНЫЕ КАРТЕЛИ. ПРИМЕРЫ И ВОЗМОЖНОСТЬ СОЗДАНИЯ ТАКИХ КАРТЕЛЕЙ .....	482
Расулжанов А.А. ОСОБЕННОСТИ СОВРЕМЕННОЙ ЭКОНОМИКИ ЯПОНИИ .....	485
Ратова А.А. ГОСУДАРСТВЕННОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В РОССИИ .....	488
Рахимова Д.А. ОСОБЕННОСТИ ПЛАНИРОВАНИЯ КАРЬЕРЫ В АДМИНИСТРАЦИИ ГОРОДА НИЖНЕВАРТОВСКА.....	491
Резниченко Д.А. ПРАКТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ РАБОТЫ С ОБРАЩЕНИЯМИ ГРАЖДАН В ЗАКОНОДАТЕЛЬНОМ СОБРАНИИ КРАСНОДАРСКОГО КРАЯ .....	494
Резниченко Д.А. ИННОВАЦИОННОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО В РОССИИ В ПЕРИОД ВВЕДЕНИЯ САНКЦИЙ.....	497
Синьковская Н.А., Родин Д.Я. АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ПРОДВИЖЕНИЯ КРЕДИТНЫХ ИННОВАЦИЙ НА РЫНКЕ БАНКОВСКИХ УСЛУГ .....	499
Родина Е.А. ИСПОЛЬЗОВАНИЕ МОДЕЛИ AV GALAXY В РАЗРАБОТКЕ СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ СЕЛЬСКОГО ТУРИЗМА КРАСНОДАРСКОГО КРАЯ.....	503
Родионова О.А. ОЦЕНКА УПРАВЛЕНИЯ ФИНАНСОВОЙ УСТОЙЧИВОСТЬЮ И ПЛАТЕЖЕСПОСОБНОСТЬЮ ФИРМЫ (НА ПРИМЕРЕ АО «СК «ТАТФЛОТ») .....	508
Румачик Е.А., Чубанова П.К. МАРКЕТИНГОВОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ РЫНКА ИНФОРМАЦИОННО- ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ.....	511
Савченко А.С., Ковтун О.И. АНАЛИЗ МОДЕЛИ РАЗВИТИЯ КАТАРА В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛИЗАЦИИ.....	514
Садрттинова О.М. ПУТИ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННОГО ПОТЕНЦИАЛА ПРЕДПРИЯТИЯ.....	518
Сайфулина Э.Р. АЛГОРИТМ РАЗРАБОТКИ СТРАТЕГИИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ТОРГОВОЙ ОРГАНИЗАЦИИ.....	521
Сайфулина Э.Р. ФРАНЧАЙЗИНГ КАК ИНСТРУМЕНТ ПРОДВИЖЕНИЯ ИННОВАЦИЙ (НА ПРИМЕРЕ КОМПАНИИ «ДОДО ПИЦЦА») .....	524

Салихова Д.Р. ОБ ИСПОЛЬЗОВАНИИ КОНЦЕПЦИЙ МАРКЕТИНГА ПРИ РЕШЕНИИ ТЕХНИКО- ЭКОНОМИЧЕСКИХ ПРОБЛЕМ .....	527
Саранина Ю.С., Мартыненко Д.В. ТЕХНОПАРКИ – ДВИГАТЕЛЬ ИННОВАЦИЙ: ЕВРОПЕЙСКИЙ И АМЕРИКАНСКИЙ ОПЫТ .....	530
Сафарова А.Р. РАСЧЕТЫ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ КРИПТОВАЛЮТЫ БИТКОИН.....	532
Свищева В.С., Хасанов Т.И., Шарафутдинов Д.Г. АНАЛИЗ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ПОЛИТИКИ РОССИЙСКИХ КОМПАНИЙ.....	535
Серебрянникова Е.А. КАЧЕСТВО ЖИЗНИ НАСЕЛЕНИЯ КРАСНОДАРСКОГО КРАЯ .....	537
Сероштанова Ю.В. СТРАХОВАНИЕ ТУРИЗМА .....	542
Сероштанова Ю.В. ЗНАЧЕНИЕ КРЕДИТОВАНИЯ МАЛОГО БИЗНЕСА В ЭКОНОМИКЕ .....	544
Симцов В.Г. ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ МАРКЕТИНГОВОЙ КАМПАНИИ В СЕТИ ИНТЕРНЕТ НА ПРИМЕРЕ КОНТЕКСТНОЙ РЕКЛАМЫ.....	546
Скобников М.А. РАЗВИТИЕ МАРКЕТИНГА В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ (SMM) В НОВОСИБИРСКЕ И ОБЛАСТИ .....	551
Слюсарев М.С. МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ РЫНКА СЕРВИСА ЛИНГВИСТИЧЕСКИХ ШКОЛ Г. ТЮМЕНИ .....	555
Смагина О.А. ПРИМЕНЕНИЕ СИСТЕМНОГО ПОДХОДА В ПРОЦЕССЕ РАЗРАБОТКИ УПРАВЛЕНЧЕСКИХ РЕШЕНИЙ В ОРГАНАХ ВЛАСТИ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОГО УПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЕМ ЭКОНОМИКИ РЕГИОНА .....	558
Смоленцева Е.А. УПРАВЛЕНИЕ ФИНАНСОВЫМ РЕЗУЛЬТАТОМ ОРГАНИЗАЦИИ И ЕГО АНАЛИЗ НА ПРИМЕРЕ ООО «ОПХ ИМ. ФРУНЗЕ» ТАРСКОГО РАЙОНА ОМСКОЙ ОБЛАСТИ.....	560
Смоян А.З. РЫНОК МОБИЛЬНОГО ИНТЕРНЕТА: ТЕНДЕНЦИИ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ .....	562
Соболева Е.Ю. ПРОГРАММЫ ЛОЯЛЬНОСТИ, ПРИВОДЯЩИЕ К МАССОВОМУ УСПЕХУ НА РЫНКЕ.....	565
Соколова С.А., Шендакова Л.С., Гаас А.С. ПРОБЛЕМЫ СТИМУЛИРОВАНИЯ СБЫТА В ЦЕЛЯХ РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ РЕГИОНА И СТРАНЫ.....	568
Соколова С.А., Язенцева Е.Н. УПРАВЛЕНИЕ РЕАЛИЗАЦИЕЙ ИННОВАЦИОННОГО ПРОЕКТА .....	570
Солтыев Ш.А. ИНВЕСТИЦИОННЫЕ РЕСУРСЫ КАК ПРЕДПОСЫЛКА РАЗВИТИЯ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В СЕЛЬСКОМ ХОЗЯЙСТВЕ .....	573
Сорокина Д.О., Гюльнезерова М.Н. АНАЛИЗ ЗНАЧИМОСТИ ТРАНСНАЦИОНАЛИЗАЦИИ КОМПАНИЙ ДЛЯ МИРОВОГО ЭКОНОМИЧЕСКОГО ПРОСТРАНСТВА .....	575
Соснов Ю.Ю. СПЕЦИФИКА И ПРЕИМУЩЕСТВА РОТАЦИИ КАДРОВ В ОРГАНАХ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ГРАЖДАНСКОЙ СЛУЖБЫ .....	578
Старокоров В.А. ФОРМИРОВАНИЕ ИННОВАЦИОННОЙ СИСТЕМЫ ТЮМЕНСКОЙ ОБЛАСТИ.....	580
Стаценко Ю.Н. ИСПОЛЬЗОВАНИЕ БЕНЧМАРКЕТИНГА В РАЗВИТИИ РЕГИОНОВ .....	584
Стушкин А.Г. СИНЕРГЕТИЧЕСКИЙ ЭФФЕКТ ОТ СДЕЛОК СЛИЯНИЯ И ПОГЛОЩЕНИЯ .....	585

Суворова А.А. ПОСЛЕДСТВИЯ ИЗМЕНЕНИЯ УСЛОВИЙ ТОРГОВЛИ ДЛЯ РОССИИ.....	588
Суровцева М.А. ОЦЕНКА РИСКА, ВОЗНИКАЮЩЕГО НА ЭТАПЕ БЮДЖЕТНОГО ПЛАНИРОВАНИЯ СОЦИАЛЬНЫХ РАСХОДОВ РЕГИОНАЛЬНОГО БЮДЖЕТА.....	590
Таховский А.А., Родин Д.Я. ПРОБЛЕМЫ ИНСТИТУЦИОНАЛЬНОГО РАЗВИТИЯ РЫНКА ФИНАНСОВЫХ УСЛУГ: ПОДХОД МАРКЕТИНГ-МЕНЕДЖМЕНТА .....	593
Терентьев Д.С. ФОРМИРОВАНИЕ СИСТЕМЫ КАЧЕСТВА ТОРГОВОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ ТОРГОВЛИ .....	597
Тимофеева С.В. ПРОБЛЕМА ИМПОРТОЗАМЕЩЕНИЯ В РОССИИ .....	600
Толстикова В.В. ЭКОНОМИЧЕСКАЯ СУЩНОСТЬ И РОЛЬ ОРГАНИЗАЦИОННЫХ РЕЗЕРВОВ НА ПРОИЗВОДСТВЕННОМ ПРЕДПРИЯТИИ.....	602
Трофимова В.О., Бондаренко Д.А. ЦИФРОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В РАЗВИТИИ ЭКОНОМИКИ РЕГИОНА .....	605
Тымань А.В. РАЗВИТИЕ СБЕРЕГАТЕЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ БАНКОВ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ .....	607
Тюрин А.С., Кравченко А.И. ИННОВАЦИОННЫЙ ВЗГЛЯД НА МАРКЕТИНГ В РАЗВИТИИ ПРОДВИЖЕНИЯ ПРОДУКТА КОМПАНИИ.....	610
Удодова И.А. К ВОПРОСУ О КЛАСТЕРНОМ РАЗВИТИИ РЕГИОНА (НА ПРИМЕРЕ АЛТАЙСКОГО КРАЯ) .....	612
Фисун В. ОСОБЕННОСТИ ТОВАРНОГО РЫНКА НЕФТЕПРОДУКТОВ И НЕФТИ.....	615
Фомичева Е.В., Оноприенко Ю.Г. МАРКЕТИНГОВАЯ СТРАТЕГИЯ РАЗВИТИЯ ВОЛГОГРАДСКОЙ ОБЛАСТИ.....	617
Фридман Ю.А. ПРИМЕНЕНИЕ МАТЕМАТИЧЕСКИХ МЕТОДОВ И МОДЕЛЕЙ ПРИ РЕШЕНИИ ЭКОНОМИЧЕСКИХ КЕЙСОВ .....	620
Фролова И.П. РИСКИ ИНВЕСТИЦИОННЫХ ПРОЕКТОВ В СТРОИТЕЛЬСТВЕ .....	623
Хабарова А.В. АУДИТ ГОТОВОЙ ПРОДУКЦИИ И ЕЕ ПРОДАЖИ .....	625
Хайруллина З.И. ОРГАНИЗАЦИЯ НАЛОГОВОГО КОНТРОЛЯ.....	628
Халиков А.Ф. СИСТЕМАТИЗАЦИЯ ПОДХОДОВ К ОПРЕДЕЛЕНИЮ ПОНЯТИЯ «ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ФИНАНСОВЫЙ КОНТРОЛЬ».....	633
Хамитова Р.Р. ВИРТУАЛЬНЫЕ ДЕНЬГИ: НОВЫЕ ОПАСНОСТИ .....	636
Хаустова Д.А. НАПРАВЛЕНИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ БАНКА РОССИИ В СИСТЕМЕ БАНКОВСКОГО НАДЗОРА .....	639
Цалко В.В. ПРОБЛЕМА МИГРАЦИИ В АЛТАЙСКОМ КРАЕ .....	642
Цурова А.А. АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ЭФФЕКТИВНЫМ РАЗВИТИЕМ РЕГИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКИ И НАПРАВЛЕНИЯ ИХ РЕШЕНИЯ .....	646
Чабанова А.К. ОРГАНИЗАЦИОННАЯ СТРУКТУРА: ПОНЯТИЕ, РОЛЬ, ОСОБЕННОСТИ.....	648



Чекурина Н.С., Гасникова С.Ю. ФОРМИРОВАНИЕ КАДРОВОГО РЕЗЕРВА В ОРГАНИЗАЦИИ .....	651
Черданцева К.О. ИНСТИТУЦИОНАЛЬНЫЕ ЛОВУШКИ.....	655
Чередниченко А.Н. МЕТОД ОЦЕНКИ ПЕРСОНАЛА ДЛЯ МАЛЫХ И СРЕДНИХ ОРГАНИЗАЦИЙ .....	659
Чернопиский Д.С. К ВОПРОСУ УПРАВЛЕНИЯ ТОВАРОМ В СИСТЕМЕ КАТЕГОРИЙНОГО МЕНЕДЖМЕНТА.....	662
Чернышов Н.С. СТРАТЕГИЧЕСКОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ НА ПРЕДПРИЯТИИ: ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА .....	665
Черняков В.М. УПРАВЛЕНИЕ ПО ЦЕЛЯМ.....	668
Чеченина У.О., Лепахова Е.Н. СОВРЕМЕННЫЙ МИРОВОЙ ФИНАНСОВО-ЭКОНОМИЧЕСКИЙ КРИЗИС, ХАРАКТЕРИСТИКИ ЕГО РАЗВИТИЯ И ОСОБЕННОСТИ ПРОЯВЛЕНИЯ .....	671
Чистов Д.М., Чистов М.М. ОСНОВНЫЕ СРЕДСТВА НА ПРЕДПРИЯТИИ И ЭФФЕКТИВНОСТЬ ИХ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ.....	674
Чистов Д.М., Чистов М.М. ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ ПУТЕМ ОПТИМИЗАЦИИ ЗАТРАТ НА ПРОИЗВОДСТВО .....	676
Чуйкова В.А. ИЗУЧЕНИЕ ОРГАНИЗАЦИОННОЙ КУЛЬТУРЫ НА ПРИМЕРЕ АО «САМОТЛОРНЕФТЕГАЗ».....	679
Чурсина А.В. АНАЛИЗ СОВРЕМЕННЫХ ПРОБЛЕМ ЗЕМЕЛЬНО-ИМУЩЕСТВЕННОЙ СФЕРЫ И ИХ ВЛИЯНИЕ НА ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПРОЦЕССЫ СТРАНЫ .....	682
Шарафутдинов Д.Г., Свищева В.С., Хасанов Т.И., СОСТОЯНИЕ И РАЗВИТИЕ ИНТЕРНЕТ-ТОРГОВЛИ В РЕСПУБЛИКЕ ТАТАРСТАН .....	685
Шебалова Н.В. БОРЬБА С КОРРУПЦИЕЙ .....	688
Шевкомудь А.Р. АНАЛИЗ РЫНКА ЖИЛИЩНОГО СТРОИТЕЛЬСТВА В Г. НОВОСИБИРСКЕ .....	691
Шекемова В.Г. ПРОБЛЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ФОРМИРОВАНИЕМ, РАСПРЕДЕЛЕНИЕМ И ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ ПРИБЫЛИ НА ПРЕДПРИЯТИИ .....	694
Шкварский Е.В. ИНТЕРНЕТ-СТРАХОВАНИЕ.....	696
Шпакова Д.А., Софиенко К.С. КРЕДИТНЫЕ РИСКИ В ОРГАНИЗАЦИЯХ БАНКОВСКОГО СЕКТОРА.....	698
Шрамко А.С. КОНКУРЕНЦИЯ И МОНОПОЛИЯ: ПРЕИМУЩЕСТВА И НЕДОСТАТКИ .....	701
Шуликина Я.В. СТРАХОВАНИЕ БИЗНЕСА.....	704
Щербакова И.А. ЦЕЛИ И ПРИНЦИПЫ ОБУЧЕНИЯ ПЕРСОНАЛА ОРГАНИЗАЦИИ .....	707
Юанова З.Т. АНТИКРИЗИСНОЕ УПРАВЛЕНИЕ И РЕГУЛИРОВАНИЕ .....	711

## СЕКЦИЯ «СОВРЕМЕННОЕ ЭКОНОМИЧЕСКОЕ ОБРАЗОВАНИЕ И ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ»

Адамчик Д.А., Ковтун О.И. ВЛИЯНИЕ БОЛОНСКОГО ПРОЦЕССА НА АКАДЕМИЧЕСКУЮ МОБИЛЬНОСТЬ СТУДЕНТОВ В РОССИЙСКИХ ВУЗАХ .....	714
Алексейцева А.А. ФАКТОРЫ ИННОВАЦИОННОГО КЛИМАТА ПО ПРИВЛЕЧЕНИЮ НАУКОЕМКИХ ТЕХНОЛОГИЙ В РАЙОНЫ НОВОГО ОСВОЕНИЯ .....	717
Антонова Т.П. МОТИВЫ ВЫБОРА ПРОФЕССИИ СТУДЕНТА .....	721
Архипова А.А., Гасникова С.Ю. ПРОФИЛЬНОЕ ОБУЧЕНИЕ КАК ОСНОВА ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОПРЕДЕЛЕНИЯ .....	723
Букова М.В. РОЛЬ СОВРЕМЕННОГО ЭКОНОМИЧЕСКОГО ОБРАЗОВАНИЯ В ВОСПРОИЗВОДСТВЕ РАБОЧЕЙ СИЛЫ .....	728
Войтенко В.С. ОРГАНИЗАЦИЯ РАБОТЫ ПО ФОРМИРОВАНИЮ ЭКОНОМИЧЕСКОГО МЫШЛЕНИЯ У ОБУЧАЮЩИХСЯ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ СИМУЛЯЦИОННЫХ СРЕДСТВ .....	730
Горбенко Я.В. АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ФОРМИРОВАНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКИХ КОМПЕТЕНЦИЙ В ШКОЛЕ .....	732
Дудченко К.С. УСЛОВИЯ ЭФФЕКТИВНОГО ПРИМЕНЕНИЯ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКОГО МЕТОДА В ОБУЧЕНИИ .....	735
Евстафьева Д.В. ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ФУНКЦИЯ МОЛОДЕЖНЫХ НЕКОММЕРЧЕСКИХ ОБЩЕСТВЕННЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ В РЕГИОНЕ .....	738
Епинина В.С., Коробов С.А. ПРОБЛЕМЫ ПРИМЕНЕНИЯ QR-КОДОВ В БИЗНЕС-ОБРАЗОВАНИИ .....	741
Замаратский Л.А. АНАЛИЗ ПРЕДЛОЖЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОГО ОБРАЗОВАНИЯ В ГОСУДАРСТВЕННЫХ ВЫСШИХ УЧЕБНЫХ ЗАВЕДЕНИЯХ НОВОСИБИРСКОЙ ОБЛАСТИ .....	745
Зинченко М.В., Панченко М.И. СОЗДАНИЕ ОБЪЕКТОВ ИНФРАСТРУКТУРЫ В ЦЕЛЯХ КАЧЕСТВЕННОЙ ПОДГОТОВКИ КАДРОВ ДЛЯ СОВРЕМЕННОЙ ЭКОНОМИКИ .....	748
Исаков А.В. ПРЕИМУЩЕСТВА И ПЕРСПЕКТИВЫ ПОЛУЧЕНИЯ ВЫСШЕГО ЭКОНОМИЧЕСКОГО ОБРАЗОВАНИЯ В СВЕРДЛОВСКОЙ ОБЛАСТИ .....	750
Калашникова Н.Н., Дикарева И.А. КРЕАТИВНЫЕ МЕТОДЫ РАЗРАБОТКИ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ЗАДАЧ .....	753
Киртянова С.Г. ОСОБЕННОСТИ ИЗУЧЕНИЯ ТЕМЫ «ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ФУНКЦИИ ГОСУДАРСТВА» В РАМКАХ ОСНОВНОГО ОБЩЕГО ОБРАЗОВАНИЯ.....	756
Ковалева Я.О. ИСПОЛЬЗОВАНИЕ НАГЛЯДНЫХ СРЕДСТВ В ОБУЧЕНИИ ОСНОВАМ ЭКОНОМИКИ .....	759
Королева Н.В. АНАЛИЗ ЭФФЕКТИВНОСТИ ЭКОНОМИЧЕСКОГО ОБРАЗОВАНИЯ В ВУЗАХ КРАСНОДАРСКОГО КРАЯ.....	761
Котомцева В.Р. РОЛЬ МЕЖПРЕДМЕТНЫХ СВЯЗЕЙ В ШКОЛЬНОМ КУРСЕ .....	767
Крылосова П.В. ДИСТАНЦИОННОЕ ОБРАЗОВАНИЕ В ХАНТЫ-МАНСЬИЙСКОМ АВТОНОМНОМ ОКРУГЕ – ЮГРЕ .....	769
Лодятая А.А., Ильенков С.В. ЧЕЛОВЕЧЕСКИЙ КАПИТАЛ В СИСТЕМЕ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ОТНОШЕНИЙ .....	771

Мартояс В.В. ОРГАНИЗАЦИЯ РЕГИОНАЛЬНОЙ ПЛАТФОРМЫ «ОТКРЫТОЕ ОБРАЗОВАНИЕ КУБАНИ И КРЫМА» .....	774
Меркулова Д.С. ПРОГРАММЫ ПОДДЕРЖКИ АКАДЕМИЧЕСКОЙ МОБИЛЬНОСТИ: ВОЗМОЖНОСТЬ ПОЛУЧЕНИЯ КАЧЕСТВЕННОГО ОБРАЗОВАНИЯ ЗА РУБЕЖОМ .....	778
Надеичев Н.А. СТАНОВЛЕНИЕ И РАЗВИТИЕ МЕНЕДЖМЕНТА В ОБРАЗОВАНИИ .....	780
Наумочкина К.М., Ярославцева К.А. МАРКЕТИНГОВОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ МЕТОДИЧЕСКОГО КОНТЕНТА ДЛЯ ШКОЛ ГОРОДА КРАСНОЯРСКА .....	783
Орехова Я.В. СОВРЕМЕННАЯ ШКОЛА И ПРОБЛЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ЕЕ РАЗВИТИЕМ .....	785
Панкратьева А.А. ПРИНЦИП МОТИВАЦИИ КАК ФАКТОР РАЗВИТИЯ МОТИВАЦИОННОЙ СФЕРЫ УЧАЩЕГОСЯ .....	787
Панова Е.М. ИНДИВИДУАЛИЗАЦИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА .....	790
Саввина Ю.В. ЭКОНОМИЧЕСКОЕ ОБРАЗОВАНИЕ И ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В КРАСНОДАРСКОМ КРАЕ .....	793
Савицких Т.Ю. ОЦЕНКА КАЧЕСТВА ПОЛУЧЕННЫХ ЗНАНИЙ ПО РЕЗУЛЬТАТАМ ДЕЛОВОЙ ИГРЫ НА УРОКЕ ЭКОНОМИКИ .....	796
Сидорина К.С. ПРОБЛЕМЫ СОДЕРЖАНИЯ ШКОЛЬНОГО ЭКОНОМИЧЕСКОГО ОБРАЗОВАНИЯ .....	798
Тулякова Е.В. ДИДАКТИЧЕСКИЕ ПРИНЦИПЫ КАК ИНСТРУМЕНТ ПРИ ПОСТРОЕНИИ УРОКОВ В УСЛОВИЯХ ИНФОРМАЦИОННО-ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ СРЕДЫ .....	801
Чепунов Е.Н., Любященко С.Н. ОРГАНИЗАЦИЯ ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАНЯТИЙ ПО ЭКОНОМИЧЕСКИМ ДИСЦИПЛИНАМ В ИНТЕРАКТИВНОЙ ФОРМЕ .....	805
Шудрик Е.Н. ОРГАНИЗАЦИОННЫЕ ФОРМЫ ПРОВЕДЕНИЯ ЗАНЯТИЙ И ВИДЫ АКТИВНЫХ МЕТОДОВ ОБУЧЕНИЯ В ИЗУЧЕНИИ ЭКОНОМИКИ В ШКОЛЕ .....	807
 <b>СЕКЦИЯ «ЭКОНОМИЧЕСКАЯ НАУКА ГЛАЗАМИ НОВОГО ПОКОЛЕНИЯ»</b>	
Ангелуца В.Ф. РЫНОК СОТОВЫХ ТЕЛЕФОНОВ В ГОРОДЕ НИЖНЕВАРТОВСКЕ .....	810
Анимукова Д.М. СТАНОВЛЕНИЕ ЗНАНИЯ КАК ФАКТОРА ПРОИЗВОДСТВА .....	812
Арсланова А.А. ИССЛЕДОВАНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ КРИПТОВАЛЮТЫ КАК ИНСТРУМЕНТА ИНВЕСТИЦИИ И СБЕРЕЖЕНИЯ ДЛЯ ЛЮДЕЙ, НЕ ОБЛАДАЮЩИХ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫМИ ЭКОНОМИЧЕСКИМИ ЗНАНИЯМИ .....	814
Асеева О.А. РЕАЛИЗАЦИЯ ГОСУДАРСТВЕННЫХ СОЦИАЛЬНЫХ ПРОГРАММ В ХАНТЫ-МАНСИЙСКОМ АВТОНОМНОМ ОКРУГЕ – ЮГРЕ .....	818
Бекерова С.В., Ильясова В.Р. ПРОДОВОЛЬСТВЕННАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ: ПОНЯТИЕ, ПОДХОДЫ И НОРМАТИВНОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ .....	821
Бондаренко К.В., Аджиева А.Ю., Дикарева И.А. ОСНОВЫ ИПОТЕЧНОГО КРЕДИТОВАНИЯ НА ПРИМЕРЕ СБЕРБАНКА И ВТБ 24 .....	824
Брежнева А.Д. ОБЗОР МИРОВОГО И РОССИЙСКОГО РЫНКОВ ФУЛФИЛМЕНТА .....	828

Вишневская П.С. РЫНОК СТРОИТЕЛЬНЫХ МАТЕРИАЛОВ В НОВОСИБИРСКОЙ ОБЛАСТИ .....	831
Гатауллина З.Р. ЗАКОН УБЫВАЮЩЕЙ ПРЕДЕЛЬНОЙ ПОЛЕЗНОСТИ. ПРИНЦИП МАКСИМИЗАЦИИ ПОЛЕЗНОСТИ.....	834
Доманицкая В.В. СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ИНДУСТРИИ РОССИИ .....	836
Крупина А.Н. ПРИМЕНЕНИЕ СТАТИСТИЧЕСКИХ МЕТОДОВ ПРИ ИССЛЕДОВАНИИ КИБЕРПРЕСТУПЛЕНИЙ В МИРОВОМ ПРОСТРАНСТВЕ .....	840
Лепилова В.Е. РАЗВИТИЕ МАЛОГО И СРЕДНЕГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В РОССИИ .....	845
Меденко В.А. РЫНОК ЭКСПРЕСС-ДОСТАВКИ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ .....	847
Медоева Е.С. ДОМАШНЕЕ ХОЗЯЙСТВО В СОВРЕМЕННОЙ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ СИСТЕМЕ.....	850
Мезенцева В.В. МЕТОДЫ ОТБОРА ПЕРСОНАЛА ДЛЯ ПРЕДПРИЯТИЙ СФЕРЫ ОБСЛУЖИВАНИЯ .....	852
Миникаев Т.А. САНКЦИИ И ИХ ВЛИЯНИЕ НА ЭКОНОМИКУ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ .....	856
Мурзаева А.И. СТАТИСТИКА УРОВНЯ ЖИЗНИ НАСЕЛЕНИЯ В РАЗРЕЗЕ РЕГИОНОВ РОССИИ .....	859
Павличенко А.С. НЕЗАКОННАЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ.....	862
Палькова Ю.А. СИСТЕМА ДОБРОВОЛЬНОГО МЕДИЦИНСКОГО СТРАХОВАНИЯ В РОССИИ .....	864
Пашаева А. СТРАТЕГИЯ ИМПОРТОЗАМЕЩЕНИЯ ТОВАРОВ В РОССИИ.....	866
Погоян Т.С. СТРАХОВАНИЕ ЖИЗНИ В РОССИИ.....	868
Скворцова О.А. МЕНЕДЖМЕНТ: ИСТОРИЯ И СОВРЕМЕННОСТЬ .....	871
Смакотина Е.Р. ИПОТЕЧНОЕ КРЕДИТОВАНИЕ В РАЗЛИЧНЫХ СТРАНАХ .....	875
Сорокин М.А. РОЛЬ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ТЕОРИИ В ЖИЗНИ ОБЩЕСТВА .....	878
Тихонова А.А. РЫНОК ОДЕЖДЫ: ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ .....	880
Токарь И.А. ПРОБЛЕМЫ КОНКУРЕНЦИИ В СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ .....	884
Яковлева А.М. ДЕПОЗИТЫ КАК ИСТОЧНИК ФОРМИРОВАНИЯ РЕСУРСОВ СОВРЕМЕННОГО КОММЕРЧЕСКОГО БАНКА.....	886

#### **СЕКЦИЯ «ФОРМИРОВАНИЕ И РАЗВИТИЕ ТУРИСТСКОГО КОМПЛЕКСА»**

Азанов М.О. СПОРТИВНЫЙ ТУР ПО РЕКЕ ЧУСОВАЯ .....	889
Амангелды Д.С. РАЗВИТИЕ МЕДИЦИНСКОГО ТУРИЗМА В ГЕРМАНИИ .....	893
Асанбай Т.А. НЕОБЫЧНЫЕ РЕСТОРАНЫ И КАФЕ ГЕРМАНИИ .....	895
Боровиков А.В. ОРГАНИЗАЦИЯ ЭКОЛОГИЧЕСКОЙ ТРОПЫ В КСК «ЗЕЛЕНый ОСТРОВ» ГОРОДА ОМСКА .....	898

Бороздина К.Ю. ПРОЕКТИРОВАНИЕ ЭКСКУРСИИ ПО ГОСТИНИЦЕ ПАРК ИНН (Г. НИЖНИЙ ТАГИЛ) .....	900
Голиков Д.С. АНАЛИЗ РЕЗУЛЬТАТОВ АНКЕТИРОВАНИЯ ПО ТЕМЕ «ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ НАУЧНОГО ТУРИЗМА В ТУРИСТСКИХ ДЕСТИНАЦИЯХ ОМСКОЙ ОБЛАСТИ» .....	903
Городов Б.С. ИНСТИТУЦИОНАЛЬНЫЕ УСЛОВИЯ И ФАКТОРЫ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА НА ЗЕМЛЯХ ИСТОРИКО-КУЛЬТУРНОГО НАЗНАЧЕНИЯ ГОРОДА АЗОВА .....	907
Гусейнова Н.М. РАЗВИТИЕ ИННОВАЦИЙ В ГОСТИНИЧНОЙ ИНДУСТРИИ .....	911
Гуторов Н.Г. ФОРМИРОВАНИЕ ТУРИСТСКОГО КОМПЛЕКСА РЕГИОНА .....	912
Давыденко О.В. ПОЗНАВАТЕЛЬНЫЙ ТУРИЗМ ДЛЯ СЕМЕЙ С ДЕТЬМИ В АБХАЗИИ .....	915
Давыдова В.И. МУЗЕЙ КАК ИНСТРУМЕНТ ФОРМИРОВАНИЯ НАЦИОНАЛЬНОЙ ИДЕНТИЧНОСТИ В СОВРЕМЕННОМ ТРАНСКУЛЬТУРНОМ ПРОСТРАНСТВЕ (НА ПРИМЕРЕ СОЗДАНИЯ МУЗЕЯ НАЦИОНАЛЬНЫХ КУЛЬТУР В Г. ТОМСКЕ) .....	919
Едигарова Л.Э. РАЗВИТИЕ ТУРИЗМА ПОСРЕДСТВОМ ЭКОЛОГИЧЕСКОГО ЦЕНТРА НА ПРИМЕРЕ Г. МЕГИОНА .....	922
Зайцева Е.А. БРЕНДИНГ ТУРИСТИЧЕСКОГО КОМПЛЕКСА КРАСНОДАРСКОГО КРАЯ .....	925
Ибрагимова Р.С., Никифорова А.А. ЭТНОГРАФИЧЕСКИЙ ТУРИЗМ В ХАНТЫ-МАНСЬИЙСКОМ АВТОНОМНОМ ОКРУГЕ – ЮГРЕ .....	927
Ивачёва Д.Ю., Никифорова А.А. ОСОБЕННОСТИ СИБИРСКОЙ КУХНИ В АСПЕКТЕ ГАСТРОНОМИЧЕСКОГО ТУРИЗМА .....	930
Исаева С.О. ФОРМИРОВАНИЕ ТУРИСТСКОГО ИМИДЖА ТЕРРИТОРИИ НА ПРИМЕРЕ ХАНТЫ- МАНСЬИЙСКОГО АВТОНОМНОГО ОКРУГА – ЮГРЫ .....	933
Лемзякова А.А. ФОТОКВЕСТ КАК СПОСОБ ПОПУЛЯРИЗАЦИИ КУЛЬТУРНО-ИСТОРИЧЕСКОГО НАСЛЕДИЯ (НА ПРИМЕРЕ ГОРОДА БЕЛГОРОДА) .....	936
Макова Т.С. ЭТНОГРАФИЧЕСКИЙ ТУРИЗМ КАК ПЕРСПЕКТИВНОЕ НАПРАВЛЕНИЕ РЫНКА ТУРИСТСКИХ УСЛУГ В ХАНТЫ-МАНСЬИЙСКОМ АВТОНОМНОМ ОКРУГЕ – ЮГРЕ .....	939
Мозговая А.И. БОТАНИЧЕСКИЙ САД КАК РЕКРЕАЦИОННАЯ ПЛОЩАДКА ДЛЯ СТУДЕНТОВ В РАМКАХ УЧЕБНЫХ ЗАНЯТИЙ ПО ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЕ В СЕКЦИИ «ТУРИЗМ И СПОРТИВНОЕ ОРИЕНТИРОВАНИЕ» .....	942
Москаленкова А.С. ПРОЕКТИРОВАНИЕ СПОРТИВНО-СОБЫТИЙНОГО КВЕСТ-ТУРА ДЛЯ МОЛОДЕЖИ .....	945
Наумова Е.А. ТУРИСТСКИЙ СПРОС КАК ЭЛЕМЕНТ ТУРИСТСКОГО РЫНКА .....	948
Паевская Е.В. ПРОЕКТ СОЗДАНИЯ ИСТОРИЧЕСКОГО ЭКСКУРСИОННОГО МАРШРУТА С АРХИТЕКТУРНЫМИ ЭЛЕМЕНТАМИ «ЗАМЕЩЕННОЙ РЕАЛЬНОСТИ» НА ПРИМЕРЕ Г. АСТАНА .....	950
Петросян А.А. РОЛЬ СОБЫТИЙНОГО ТУРИЗМА В РАЗВИТИИ ТУРИНДУСТРИИ (НА ПРИМЕРЕ ТРАДИЦИОННОГО ФЕСТИВАЛЯ «САМОТЛОРСКИЕ НОЧИ» В Г. НИЖНЕВАРТОВСКЕ) .....	953
Прилуцкий М.А., Никифорова А.А. НЕКОТОРЫЕ АСПЕКТЫ СПОРТИВНОГО ТУРИЗМА .....	955
Романова Е.Д., Никифорова А.А. ИСТОРИЯ РАЗВИТИЯ ГАСТРОНОМИЧЕСКОГО ТУРИЗМА .....	957

Савицкая В.В. СОЦИАЛЬНЫЙ КОМПОНЕНТ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ СФЕРЫ РЕКРЕАЦИИ И ТУРИЗМА В КОНТЕКСТЕ ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ .....	960
Сафронов А.Ф. СПЕЦИФИКА УПРАВЛЕНИЯ ЧЕЛОВЕЧЕСКИМИ РЕСУРСАМИ С ЦЕЛЬЮ ПОВЫШЕНИЯ ЛОЯЛЬНОСТИ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ УСЛУГ ТУРИСТСКОЙ ДЕСТИНАЦИИ .....	965
Сильченко К.М. РАЗВИТИЕ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫХ СПОСОБНОСТЕЙ У МОЛОДЁЖИ ПОСРЕДСТВОМ СПОРТИВНОГО ТУРИЗМА .....	967
Смирнова К.К. РАЗРАБОТКА КВЕСТ-ЭКСКУРСИИ ПО ГОРОДУ ОМСКУ .....	970
Соколов С.Н. СОЗДАНИЕ КАРТЫ ООПТ КАК ЭТАП ИЗУЧЕНИЯ ТУРИСТСКОГО КОМПЛЕКСА РЕГИОНА .....	973
Сычева Н.С. РАЗВИТИЕ ТУРИСТИЧЕСКОГО РЫНКА СТАВРОПОЛЬСКОГО КРАЯ .....	978
Хамула К.П. СОБЫТИЙНЫЙ МАРКЕТИНГ КАК ФАКТОР РАЗВИТИЯ ТЕРРИТОРИЙ КРАСНОДАРСКОГО КРАЯ.....	981
Чудинова М.В., Коваль А.Б. ЭТНОГРАФИЧЕСКИЙ ТУР «ТАЙНЫ СИБИРИ» .....	985
Шуина Н.А. АКТУАЛЬНОСТЬ ПРОВЕДЕНИЯ СОБЫТИЙНОГО ТУРА «НАРОДНАЯ МАСЛЕНИЦА» В КРУПНОМ МЕГАПОЛИСЕ .....	988
Юсупова А.М. ЭКОНОМИКО-ИНСТИТУЦИОНАЛЬНЫЙ МЕХАНИЗМ ОРГАНИЗАЦИИ СОЦИАЛЬНОГО ТУРИЗМА В ХМАО-ЮГРЕ .....	990

# СЕКЦИЯ «ТЕХНОЛОГИИ МЕНЕДЖМЕНТА И МАРКЕТИНГА В РАЗВИТИИ ЭКОНОМИКИ»

УДК 33.012.44

**И.Е. Азарков, студент**

*Научный руководитель: С.Н. Любяченко, канд. экон. наук  
г. Новосибирск, Новосибирский государственный университет экономики и управления*

## МЕТОДЫ БОРЬБЫ С КАРТЕЛЯМИ В РОССИИ И В МИРЕ

Актуальность данной темы обусловлена тем, что картели являются неотъемлемой частью нашей экономики, они могут влиять на нее как положительно, например, повышать качество производимой продукции, помогать как малым, так и средним предприятиям оставаться конкурентоспособными, так и отрицательно, намеренно завышать цены на товар, или регулировать сферы влияния.

Картель – это намеренный заключенный союз нескольких организаций, с целью сговора: о цене производимого товара, о рынке сбыта, о создании условий реализации товара, и так далее, у каждого из участников. Причем каждый участник картеля остается юридически и экономически самостоятельным, но, осуществляет свою деятельность на основе заключенного договора.

Целью картельного договора является минимизация конкуренции или полное избавление от нее, для максимизации прибыли всех участников картелей. Картельный договор обычно делят на горизонтальный, деятельность которого имеет одинаковую специализацию, то есть производство похожих товаров. И вертикальную, участники, которых имеют разную специализацию, то есть производят разные товары.

Картели, в основном, создаются путем негласных соглашений, поэтому большинство картелей являются незаконными во многих странах, что в свою очередь создает теневую экономику, за которую могут нести уголовное наказание.

При заключении картельного соглашения, предприятия сохраняют все свои права на собственность, а также экономическую, юридическую и производственную самостоятельность, но при этом следует негласным договоренностям, для достижения определенных целей, которые были оговорены заранее, при этом для каждого участника целью является максимизация прибыли и ликвидация конкурентов.

Но, тем не менее, не все участники готовы полностью соблюдать условия договора. В таком случае при повышении цены на товар одним участником картеля, цены будут повышаться и другими, или возможна такая ситуация при которой увеличится объем производства, а цена на товар снизится, в таком случае картель распадется и на рынке данного товара будет наблюдаться конкурентная цена на него.

Для этого в условиях их договора создаются методы по контролю участников и предотвращение действий, не являющихся предусмотренными в договоре.

К таким методам контроля относят:

- регулирование точек отгрузки товара производимого картелем;
- работа с несколькими крупными покупателями товара;
- штрафы;
- формирование общего фонда, в который поступают денежные средства, которые получают все компании, состоящие в картеле, для дальнейшего распределения денег между ними;
- ограничение доли производства.

Эффективность картельных соглашений имеет множество факторов, которые будут перечислены ниже.

Первый фактор – это антимонопольное законодательство, которое применяет то или иное государство для контроля над экономикой своей страны. Таким образом, там, где картели не запрещены, участники могут собираться вместе и обсуждать свои проблемы без риска нарушения законов и, наоборот, в странах, где картели запрещены, участники будут действовать только на свой страх и риск, действуя при этом не законно, и заключая тайные сделки. Вторым фактором это количество фирм на рынке, чем меньше это число тем больше вероятность того что рынок удастся монополизировать и наоборот. Третий фактор это то, какой тип картельного договора лежит в основе, горизонтальный или вертикальный. Чем больше схожесть товаров, которые производят участники тем больше шансов, что

они смогут найти нужную им стратегию развития. Четвертый фактор – стабильность спроса, чем больше возможность отслеживать спрос на свою продукцию, тем больше вероятность заключить картельное соглашение.

В экономической теории выделяют следующие виды картелей:

- Ценовой – это картель, созданный с целью регулирования цен на товар, их договорное повышение, а также установление минимальной цены;

- Картель, созданный для раздела территории сбыта, клиентов и рынка.

Такой картель работает только на «своей» территории, не затрагивает рынок других картелей или предприятий. В таких картелях, союзные организации заранее обговаривают рынок сбыта каждого отдельного участника, определенную клиентуру и область сбыта, на которой они будут осуществлять свою деятельность;

- Также выделяют такой картель, который заключает договор во время проведения торгов или аукционов. К примеру, при проведении аукциона на закупку какого либо сырья для производства продукции, каждый из участников будет предлагать все более выгодную цену, чем предыдущий участник, в итоге победитель будет вынужден дать проигравшим денежное или иное «вознаграждение». Существуют и незаконные способы получения выгодного предложения, такие как подкуп, шантаж, вымогательство и другие.

Существуют и другие виды картелей такие как: долевого, закупочный, калькуляционный, кризисный, патентный и так далее.

Проблемами картельных соглашений являются внешние и внутренние факторы.

К внутренним факторам относятся согласование мнений участников, по разделению территорий, уровню цен, и контроль над соблюдением договора.

К внешним факторам относятся другие фирмы, которые не входят в данный картель, а также возможное появление товара заменителя.

Как уже было сказано, картели во многих странах являются незаконными, но запрет на их создание может быть снят при некоторых условиях, таких как:

- Если на картель приходится очень маленькая часть всего рынка производимой продукции;
- Деятельность картелей, которые осваивают новый рынок продукции;
- Картель, который приносит пользу государству;
- А также запрет может быть снят при условии, что картель является «кризисным».

Но такие формы освобождения от создания картелей действуют не во всех странах и в основном сконцентрированы в Европе.

В России деятельность таких организаций регулирует антимонопольное законодательство, а также ФАС (Федеральная антимонопольная служба).

Нарушения, совершаемые организациями которые могут привести к уголовному наказанию, прописаны в статье 178 УК РФ о «Ограничении конкуренции». А также прописано в этой же статье и то, какие наказания несут фирмы и их руководители за нарушения этого закона [1].

Также ФАС имеет специальные методы, по выявлению таких предприятий на рынке.

А также для большей эффективности ведет свою деятельность с Полицией и Прокуратурой.

Впервые закон о «ограничении конкуренции» был применен в 2012 году, по делу о картельном соглашении двух компаний, ООО «Новомост-53» и ООО «СК-Балтийский регион». Компании заключили договор о сотрудничестве на аукционе, на право заключения государственного контракта по строительству моста через реку, с целью поддержания цен на торгах. В дальнейшем в ходе судебного разбирательства один из участников заключил согласие на досудебное сотрудничество, Суд приговорил его к трем годам и восьми месяцам лишения свободы условно с испытательным сроком четыре года, на два года и шесть месяцев лишил права заниматься определенной деятельностью и оштрафовал на 300 000 рублей [2].

Также 19 августа 2016 года был раскрыт крупный лекарственный картель, состоящий из семи компаний. Они помогали друг другу поддерживать высокие цены на лекарство и технику. Что, несомненно, является не только противозаконным, но и не гуманным действием со стороны компаний, так как завышение цен на лекарство может негативно сказываться и на здоровье граждан, проживающих в данной стране [3].

Сейчас в России предлагают ужесточить наказание за создание картелей, до 5-15% годового оборота, или вообще, возможно переработать саму систему антимонопольного регулирования. Так как на деле она является не достаточно эффективной.

В мире существуют различные источники регулирования недобросовестной конкуренции и монополистической деятельности, в таких странах как Испания, Канада, Швейцария, ФРГ и другие, за



это отвечают отдельные антимонопольные законы. Во Франции и Италии, за это отвечают антимонопольные законы и общие нормы гражданского права. В Великобритании и США, за это отвечают антитрестовские, антимонопольные и судебные законы. Причем в США не нужно доказывать какой ущерб был нанесен, достаточно лишь того факта что был сговор, и тогда уже в действие вступят вышеперечисленные источники регулирования.

Антимонопольное Европейское право основывается на двух принципах:

- Запрет монополий и регулирование их деятельности, при стремлении компании занять монопольное положение на рынке;
- Создание монополии не запрещено, при условии, что компания не совершает действий, противоречащих антимонопольному законодательству.

В законодательствах разных стран, предприятие, которое охватывает большую часть рынка (выражается в процентах) является монополией, но во всех странах этот процент является разным. Так, например, во Франции он составляет 25% рынка конкретного товара. Такой же процент наблюдается и в Великобритании. В Германии же этот показатель может составлять 1/3 или не менее 2/3 всего объема товарооборота на рынке.

Япония в свою очередь является страной, которая требует особого внимания. В Японии предприятие, объем продаж которого превышает 50%, или два предприятия, объем продаж которых будет от 75%, являются монополиями. Деятельность природных монополий в этой стране регулирует государство, также оно регулирует процесс ценообразования, и условия по которым предприятие допускается на рынок, где существуют естественные монополии.

Естественная монополия – это объединение предприятий единой сбытовой организацией, причем состояние товарного рынка, при удовлетворении спроса, будет эффективным при отсутствии конкуренции, а товары, производимые ими, не могут быть заменены другими.

В Японии, при регулировании картелей, также существуют некоторые нюансы. В этой стране существуют легальные картели, которые разрешены правительством, действуют открыто, оформляются законами на льготных условиях, подлежат контролю и реорганизуются при выполнении задач в рыночных условиях.

В Японском опыте регулирование деятельности картелей тоже есть своя специфика: наряду с запретом картелей в законодательстве, существует практика легальных. Они действуют открыто, оформляются законами на льготных условиях, подлежат контролю и реорганизуются при выполнении задач в рыночных условиях.

Проблема картелей заключается в том что, картели, намеренно завышают цены на продукцию, препятствуют конкуренции на рынке, а также приводят к некому застою в нем. Эта проблема актуальна не только для нашей страны, но и для всего мира. Поэтому стоит разрабатывать и ужесточать новые законы, и пытаться действительно применять их. И пока этого не будет сделано, картели и прочие незаконные монополии будут существовать.

#### **Литература**

1. УК РФ от 13.06.1996 № 63-ФЗ (ред. от 07.06.2017) [Электронный ресурс] // Консультант плюс. URL: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_10699/e8e8c98df722e05999230271e054b6a1f6f70f80/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_10699/e8e8c98df722e05999230271e054b6a1f6f70f80/) (дата обращения: 20.03.2017).
2. Право.ру [Электронный ресурс]. URL: <https://pravo.ru/news/view/109265/> (дата обращения: 19.03.2017).
3. Интерфакс.ру [Электронный ресурс]. URL: <http://www.interfax.ru/business/524448> (дата обращения: 19.03.2017).

**УДК 336.02**

***А.А. Аксакова, школьник***

*Научный руководитель: А.С. Щербик, учитель  
г. Нижневартонск, МБОУ «Средняя школа № 29»*

## **ФОРМИРОВАНИЕ ФИНАНСОВОЙ ГРАМОТНОСТИ ЧЕРЕЗ ИНСТИТУТЫ ГРАЖДАНСКОГО ОБЩЕСТВА**

В преддверии 2018 года все чаще вспоминают о реализации Программных статей Президента Российской Федерации В.В. Путина, в которых он определил приоритетные задачи развития России до 2020 года, и они связаны: с инновационным прорывом и возвращением России лидирующих позиций в сфере технологий, с ростом производительности труда и реальных доходов населения, с фор-

мированием полноценного среднего класса, с решением демографических проблем (сокращение смертности, увеличение продолжительности жизни), с повышением конкурентоспособности национальной экономики. Следовательно, развитие России невозможно без полноценного гражданского общества, идея которого заключается в формировании демократического и социального государства. Зрелость, активность и ответственность гражданского общества предопределена готовностью людей аккумулировать и реализовывать инициативы, соблюдая при этом рациональность поведения. [1]

Ведущая роль экономической культуры и финансовой грамотности в условиях современности определяется безальтернативностью рыночной модели хозяйства в качестве направления общественного развития, неизбежной вовлеченностью в свободные экономические отношения любого человека. [2]

Финансы, с точки зрения рационального поведения обывателя, – это многогранная и в чем то противоречивая область, которая строится на следующих принципиальных установках:

- умение грамотно, сознательно использовать и распоряжаться деньгами;
- ориентироваться в финансовых услугах;
- применять финансовые инструменты на практике;
- планировать бюджет;
- достигать своих финансовых целей.

По мнению ученых и практиков, финансовой грамотности необходимо обучать с детства. Чем раньше человек усвоит основные финансовые понятия, приобретет знания и навыки управления личными финансами, тем ранее будут сформированы полезные навыки в области управления финансами. Как известно, именно полезные практические компетенции определяют, насколько успешен человек. Знания, умения и навыки формируемые в образовательных учреждениях (за исключением специализированных) не раскрывают особенностей финансовой сферы так глубоко, как это необходимо современному человеку. А именно, чтобы грамотно, разумно и осознанно управлять финансами, мало практических занятий, направленных на развитие полезных навыков обращения с деньгами. Обычно такие разговоры ведут внутри семьи, но в данном вопросе не все родители могут помочь своим детям, они сами не всегда обладают необходимым уровнем знаний, умений и навыков в области управления финансами. Обучение с детских или юношеских лет финансовой грамотности позволит в дальнейшем знать, как вести бюджет, как, куда и сколько откладывать денег, как планировать будущее, сколько должно быть источников дохода, легче адаптироваться к постоянно изменяющейся финансовой сфере.

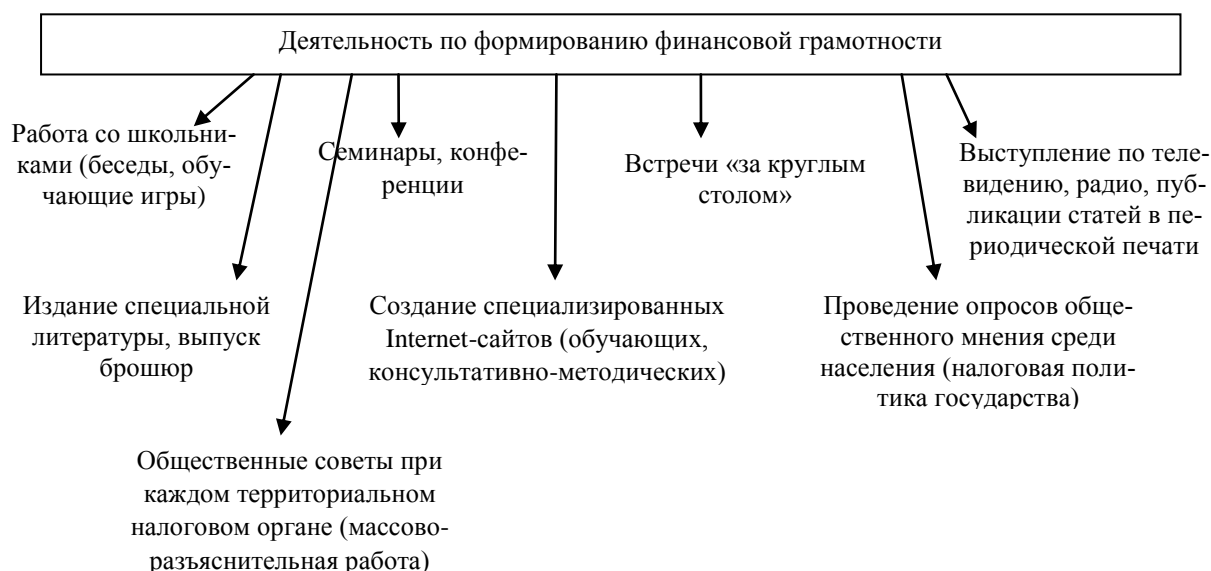
Какой бы совершенной не была финансовая система страны – она не будет эффективной в обществе с низким уровнем финансовой грамотности и экономической культуры. Формирование финансовой культуры – это формирование определенного уровня финансовых компетенций граждан, а следовательно более прогрессивного уровня развития всех институтов, входящих в финансовую систему как государственных, так и частных. Формируя финансовую грамотность, необходимо стремиться к тому, чтобы в нашей стране она стала регулятором поведения каждого гражданина, способствовала гармоничному и эволюционному развитию финансовой и экономической системы Российской Федерации. То есть процесс формирования финансовой грамотности представляет собой сложный и многоаспектный процесс (рис. 1).

Социальный аспект финансовой грамотности – четкое определение, в финансовых отношениях, статуса каждого субъекта. Отсутствие политического, экономического, психологического восприятия этого статуса доказывает неэффективность финансовой системы.

Образовательный аспект финансовой грамотности – большой задел в модернизации и создании эффективной финансовой системы. В системе управления финансами предусмотрена пропаганда и разъяснение. На наш взгляд, обучение финансовой грамотности должно начинаться еще в общеобразовательной школе. Курс должен включать увлекательное изложение истории финансов, философии финансовых отношений, правовых аспектов финансовой деятельности, а также практические рекомендации по рациональному финансовому поведению.

Информационный аспект финансовой грамотности в России в последнее время получил достаточное развитие. Однако, выступление по телевидению, преимущественно в форме интервью, газетные публикации об изменении инструкций и специализированные Internet-сайты не предполагают системного подхода к данной проблеме.

Экономический аспект финансовой грамотности проявляется, на наш взгляд, в том, что финансовые активы должны накапливаться, чтобы гарантировать стабильный уровень жизни для человека на протяжении всей жизни [3].

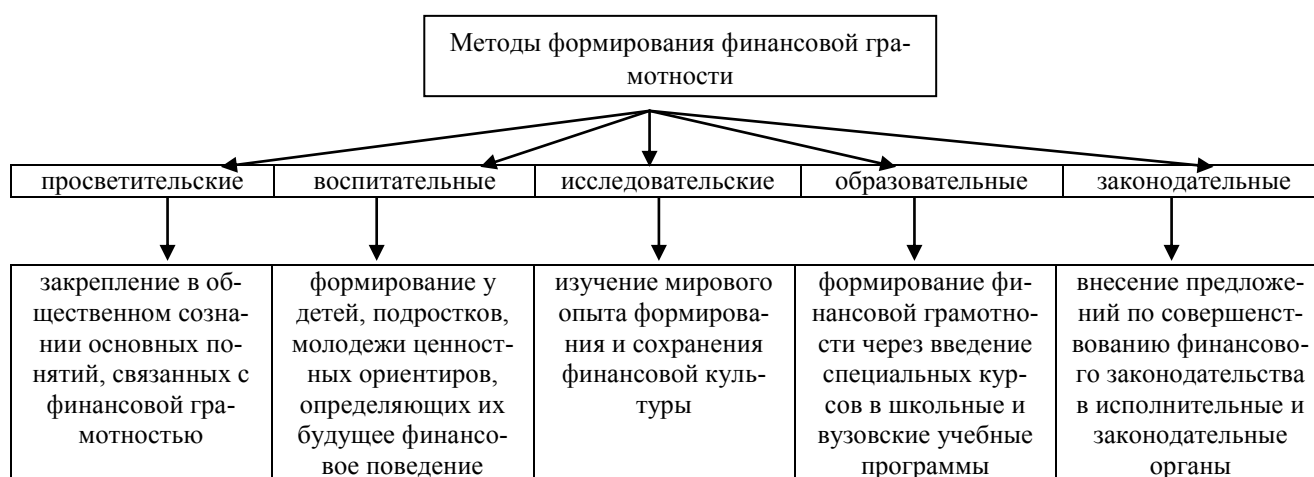


**Рис. 1. Механизм формирования финансовой грамотности**

В связи с этим необходимо в ближайшем будущем акцентировать внимание гражданского общества на ее формировании с помощью следующих методов: просветительские, воспитательные, исследовательские, образовательные, законодательные (Рисунок 2).

Сегодня, в период активно развивающейся экономики, без базовых знаний финансовой грамотности очень сложно распоряжаться личными доходами, а также пользоваться различными финансовыми продуктами и услугами. Причем развиваться и обучаться финансовой грамотности необходимо уже со школьных лет.

Исходя из этого технология формирования финансовой грамотности должна быть системой знаний, взглядов, убеждений, умений, навыков, способствующих диалектическому использованию накопленной информации о финансовых категориях и законах, предназначенных для принятия конструктивных решений для социально-экономического развития личности и общества в целом.



**Рис. 2. Методы формирования финансовой грамотности**

Вследствие чего, низкий уровень финансовой грамотности оказывает отрицательное воздействие не только на одного гражданина, но и на экономику региона и страны в целом. На сегодняшний день Правительство Российской Федерации активно ведет работу по повышению финансовой грамотности населения. Так, в сентябре 2008 года в соответствии с приказом Руководителя ФСР России В. Миловидова сформирована экспертная группа по финансовому просвещению при Федеральной службе по финансовому рынку. Также Министерство финансов РФ совместно со Всемирным банком реализует проект «Содействие повышению уровня финансовой грамотности населения и развитию финансового образования в Российской Федерации», основная целью которого заключается в повышении финансовой грамотности российских граждан (особенно это касается учащихся школ и высших учебных заведений), а также формирование у граждан разумного финансового поведения [4]. Что касается Ханты-Мансийского автономного округа, то с 2015 года в округе проводятся мероприя-

тия по повышению финансовой грамотности населения, которые включены в государственную программу автономного округа «Управление государственными финансами в Ханты-Мансийском автономном округе – Югре на 2014–2020 годы» [5].

Следует отметить, что Правительство РФ и региона заинтересовано в повышении уровня финансовой грамотности населения. Но для того, чтобы понять, нужно ли это населению и в каком направлении следует двигаться, для достижения положительных результатов, следует изучить текущий уровень финансовой грамотности, выявить имеющиеся проблемы и узнать потребности населения.

Таким образом, формирование и развитие финансовой грамотности является последовательным процессом реализации его этапов и стадий, которые сопровождаются рациональной расстановкой задач: от первичной ориентации школьников в финансовой сфере, формировании отдельных компонентов финансовой культуры, создании специальных условий для ее дальнейшего совершенствования, до непосредственного вовлечения в финансовую деятельность. Развитие финансовой культуры личности, начиная со школьной скамьи, обеспечивает последовательное решение социально-экономических задач, выполнение социального заказа, подготовку обучающихся для ответственного ведения самостоятельной жизни как субъекта экономических (финансовых) отношений.

#### Литература

1. Щербик Е.Е. Экономические основы гражданского общества // Культура, наука, образование: проблемы и перспективы: Материалы II Всероссийской научно-практической конференции / Отв. ред. А.В. Коричко. 2013. С. 176–179.
2. Борануков А.В. Экономическая культура и финансовая грамотность населения (на примере южно-российских регионов): автореф. дис. ... канд. социол. наук. – URL: <http://cheloveknauka.com/ekonomicheskaya-kultura-i-finansovaya-gramotnost-naseleniya#ixzz4bHsMmM00> (дата обращения: 05.02.2017).
3. Щербик Е.Е. Налоговая культура: модернизация в рамках гражданского общества // Культура, наука, образование: проблемы и перспективы: Материалы III Всероссийской научно-практической конференции / Отв. ред. А.В. Коричко. 2014. С. 148–150.
4. Финансовая грамотность [Электронный ресурс]. – URL: [http://ru.wikipedia.org/wiki/Финансовая\\_грамотность](http://ru.wikipedia.org/wiki/Финансовая_грамотность) (дата обращения: 02.03.2017).
5. Финансовая грамотность населения [Электронный ресурс] / Департамент финансов ХМАО-Югры. – URL: [http://www.depfin.admhmao.ru/wps/portal/fin/home/Financial\\_literacy](http://www.depfin.admhmao.ru/wps/portal/fin/home/Financial_literacy) (дата обращения: 02.03.2017).

УДК 351.82

**В.В. Александрова, студент**

*Научный руководитель: Р.М. Ламзин, ст. преподаватель  
г. Волгоград, Волгоградский государственный социально-педагогический университет*

### ИСТОЧНИКИ ИНФОРМАЦИИ В ГОСУДАРСТВЕННОМ УПРАВЛЕНИИ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИМИ ПРОЦЕССАМИ

Использование различных источников информации в системе государственного управления связано с построением различных информационных моделей, каждая из которых позволяет соответствующим образом преобразовывать информационные данные в виде интегрированной карты происходящих управленческих процессов. Также такие карты определенным образом выражают специфику взаимодействия между субъектом и объектом данного управления.

В качестве примеров указанных моделей следует отметить:

1. Информационно-разъясняющая модель, что позволяет давать адекватную характеристику управленческих процессов с разработкой соответствующих управленческих решений. Эта модель может применяться при рассмотрении эффективных комбинаций различных социально-производственных факторов с получением востребованных экономических результатов.

2. Информационно-управляющая модель – дает возможность определять особенности социально-экономической ситуации перед принятием решений в тесном сочетании с прогнозированием наиболее вероятного варианта развития событий в организации или другой управленческой системе.

Источники управленческой информации позволяют получать различные сведения при использовании названных моделей посредством различных информационных каналов. Эти каналы являются средством интерактивной коммуникации между представителями государственных структур, частного сектора экономики и некоммерческими организациями [5, с. 217].

Выявление и последующее использование источников информации также определяется характером и спецификой информационных сетей, объединяющих различное множество субъектов управленческих процессов (например, различные органы государственного и муниципального управления на территории субъекта Российской Федерации).

Главными участниками информационного обмена в указанных управленческих сетях выступают:

1. Коммуникатор – это субъект выполнения административных функций, который выражает собой признаки источника информации, то есть сбор информации, ее обработка и распространение с передачей соответствующим адресатам. Данным коммутиратором может выступать специалист, обладающий знаниями и навыками по планированию, организации и проведению информации в системе деятельности исполнительных органов власти с использованием технологий управления информационными процессами и манипулирования информацией.

2. Аудитория – это различные получатели информации – другие органы публичного управления в соответствии с вертикальными и горизонтальными связями в управлении социально-экономическими процессами [3, с. 123].

Важнейшая цель источников информации заключается в получении востребованных в публичном администрировании информационных ресурсов путем использования различных средств и методов с последующей обработкой, накоплением и выдачей информации [1, с. 174].

Можно выделить следующие источники указанного получения и преобразования информационных данных:

1. Система действующего законодательства и нормативных актов в системе государственного и муниципального управления [7, с. 43].

2. Обращения граждан в государственные органы и органы местной администрации по реализации своих социально-экономических интересов и субъективных прав.

3. Распоряжения и указания вышестоящих государственных органов, подлежащие исполнению нижестоящими и обеспечивающие реальность государственного управления.

4. Факты, выявляемые отношения в процессах контроля, которые отражают состояние управляемых объектов, а также уровень функционирования управляющих компонентов.

5. Различные проблемные, конфликтные, экстремальные и иные ситуации, в отношении которых требуется оперативное вмешательство государственных и муниципальных органов или их должностных лиц.

Цель информационного обеспечения структур публичного управления состоит в сборе необходимых информационных ресурсов с их последующей обработкой для получения оптимальной информационной основы для разработки управленческих решений.

В структуре данного обеспечения выделяются следующие направления:

1. Техничко-технологическое – применение различных электронных технологий и оборудования по вопросам сбора информации.

2. Организационно-управленческое – стандартизация и унификация собранной информации по функциям администрирования.

3. Усовершенствование профессиональной и психологической подготовки персонала управления по обработке, оценке и применению информации.

4. Правовое регулирование процесса получения управленческой информации с активным применением действующего законодательства [5, с. 598].

Регламентация установления и использования управленческой информации также определяют различные виды источников в зависимости от официальных прав на получение управленческих сведений:

1. Способы получения информации посредством свободного поиска. Это различные самостоятельного сбора информации специалистами при соблюдении пассивной обязанности не создавать препятствия между управомоченным субъектом и носителем информации.

2. Средства сбора информации на основе использования ресурсов общедоступных баз, в частности, архивов и электронных баз данных.

3. Получение сведений от других структур публичного управления на основе поддержания и развития информационных коммуникаций между органами исполнительной власти на федеральном и региональном уровнях, а также от органов местного самоуправления. Данный источник реализуется посредством совершения активных мероприятий по получению информации путем устного, письменного, интерактивного (с помощью информационно-телекоммуникационной сети Интернет) запроса либо непосредственного обращения в соответствующие органы. В узком понимании это право на доступ только к информации, непосредственно затрагивающей компетенцию того или

иного органа управления, а также доступ ко всем сведениям, которые могут разрешаться на основе действующего законодательства.

Данные источники дают возможности органам государственного и муниципального управления осуществлять поиск по решению ряда вопросов развития управленческих информационных коммуникаций:

1. Расширение административных возможностей по установлению контроля над действиями субъектов в информационных сетях и за их пределами.
2. Определение местоположения субъектов, с которыми установлена информационная взаимосвязь.
3. Идентификация анонимного субъекта, о котором должна быть получена необходимая информация.
4. Определение перечня норм, применение которых позволит решить конфликтные вопросы.
5. Определение достоверности информации в Интернете и ответственность за недостоверность последней [7, с. 197].

В свою очередь, решение данных вопросов позволит эффективно применять источники информации для адекватного рассмотрения и анализа информационных противоречий между управленческими структурами, что напрямую связано с распространяемой информацией и применяемыми информационными технологиями, которые позволяют создать и передавать информационные сведения с принятием согласованных управленческих решений [8, с. 180]. Тем самым источники информации позволяют осуществлять необходимое информационное воздействие, направленное на устранение социально-экономических проблем.

Целями эффективного применения инновационных информационных технологий в государственном регулировании экономических отношений в частном секторе экономики, а в частности оказание поддержки субъектам малого предпринимательства являются следующие:

1. Формирование многофункциональной направленности системы бизнес-процессов при согласовании экономических интересов поставщиков ресурсов, производителей товаров и услуг и потребителей.
2. Создание информационного единства, что можно достичь с помощью модернизации методов сбора и проверки информации, а также информационных фильтров, системы доступа к ней и др.

Достижение указанных задач возможно путем решения ряда задач, которые могут быть решены на основе эффективных источников информации:

1. Повышение эффективности использования информационных ресурсов и функционирования информационной инфраструктуры научных исследований по специфике деятельности структур малого бизнеса.
2. Внедрение современных сетевых технологий и создание других условий для свободного доступа субъектам инновационной деятельности и заинтересованным гражданам к решению вопросов инновационного развития бизнеса.
3. Усовершенствование правовой основы информационного обеспечения субъектов малого бизнеса в условиях нестабильной экономики.
4. Оптимизация существующей информационной инфраструктуры и создание на ее основе единого информационного поля.
5. Повышение уровня информационной компетентности управленческого состава малых предприятий, индивидуальных предпринимателей и других представителей частного сектора экономики на основе развития системы профессионального образования и переподготовки.
6. Расширение конструктивного взаимодействия структур малого предпринимательства с другими организациями, работающими на информационном рынке.

Система государственного регулирования малого предпринимательства возможно по следующим направлениям:

1. Сбор и анализ информации о состоянии малого предпринимательства в ходе разработки и реализации целевых программ и проектов развития малого предпринимательства.
2. Информирование предпринимателей о разработанных и представленных на утверждение органов местного самоуправления проектах нормативных и распорядительных документов, а также о результатах правотворческой деятельности.
3. Развитие инфраструктуры малого бизнеса в направлении повышения эффективности информационных и консультационных услуг, подготовки и переподготовки кадров, пропаганды идей рыночной экономики.

С целью ускорения информационного обмена с пользователями информационных ресурсов организации, входящие в инфраструктуру поддержки малого предпринимательства в форме создания специальных серверов, посвященных вопросам информационной поддержки структур малого бизнеса [2, с. 62]. На таких серверах могут размещаться сведения о существующих условиях государственной и муниципальной поддержки, содержание различных программ развития предпринимательства, оперативный календарь новостей и прочие материалы.

Таким образом, источники информации в государственном управлении выступают различные формы выражения и предоставления сведений, необходимых для разработки управленческих решений по вопросам регулирования социально-экономических процессов в обществе.

#### **Литература**

1. Арзеева А.О., Шулёпов В.И. Защита информации в современных информационных технологиях // Государственное и корпоративное управление: состояние и перспективы в XXI веке: материалы XI региональной (с международным участием) научно-практической конференции студентов, аспирантов и преподавателей / Министерство образования и науки РФ; ФГБОУ ВПО «Поволжский государственный технологический университет»; Факультет управления и права. – 2015. – С. 172–177.
2. Байбакова, Т.В. Секторальный подход к оценке эффективности деятельности интегрированного агроформирования // Экономика, труд, управление в сельском хозяйстве. – 2016. – № 1. – С. 61–63.
3. Бюджетная политика и качество жизни населения России / под ред. д.э.н., профессора А.Н. Ващенко, д.э.н., профессора С.П. Сазонова. – Волгоград: Изд-во ПринТерра-Дизайн, 2012. – 350 с.
4. Кайль Я.Я., Епинина В.С. Совершенствование системы государственного управления и его влияние на состояние социально-экономического развития субъектов РФ (на примере субъектов РФ ЮФО) // Бизнес. Образование. Право. Вестник Волгоградского института бизнеса. – 2013. – № 4 (25). – С. 216–224.
5. Кайль Я.Я., Епинина В.С., Ламзин Р.М. GR-менеджмент: реалии и перспективы развития // Фундаментальные исследования. – 2016. – № 9-3. – С. 597–600.
6. Кайль Я.Я., Ламзин Р.М. Инновационные информационные технологии государственного регулирования малого предпринимательства // Электронный научно-образовательный журнал ВГСПУ «Грани познания». № 4(47). Октябрь 2016. – С. 40–44.
7. Кайль Я.Я., Епинина В.С., Ламзин Р.М. Система информационного обеспечения как фактор повышения результативности публичного управления // Материалы международной научно-технической конференции «Перспективы применения инновационных технологий в сфере архитектуры и строительства» (посвященной 50-летию Самаркандского государственного архитектурно-строительного института). КНИГА II. – 2016. – С. 196–199.
8. Морозова Н.И. Повышение эффективности управления муниципальным образованием на основе использования системного подхода // Наука в современном информационном обществе: материалы VI международной научно-практической конференции. – 2015. – С. 178–181.

**УДК 332.1**

***В.В. Алексенко, М.М. Алиханов, студенты***

*Научный руководитель: А.И. Пьянов, канд. социол. наук, доцент  
г. Ставрополь, Северо-Кавказский федеральный университет*

### **ТЕХНОЛОГИИ МЕНЕДЖМЕНТА И МАРКЕТИНГА В РАЗВИТИИ ЭКОНОМИКИ РЕГИОНА**

Стратегия экономического развития регионов – это комплексная система различных мероприятий, целью которых является реализация долгосрочных задач социально-экономического развития государства с учетом рационального вклада регионов в процесс решения этих задач. Рациональный вклад регионов определяется реальными предпосылками и ограничениями их развития. С течением времени стратегия экономического развития регионов может изменяться. Причина этого – социально-экономическая и политическая ориентация государства на определенном этапе экономического развития, формирующаяся на основании сложной системы условий, а также факторов, которые влияют на целевые установки развития общества. Реализация социально-экономической политики включает взаимоотношения федерального центра с субъектами государства и внешнеэкономическое взаимодействие с другими государствами.

Преобразование всей системы отношений собственности и рыночные реформы не привели должным образом к повышению эффективности хозяйствования и росту производства. Принятая «на вооружение» государством модель рыночных реформ, попросту оказалась не в состоянии обеспечить стабильное социально-экономическое развитие государства и его субъектов. Многие инструменты рыночной экономики все еще не в полной мере используются в хозяйственной практике. Поэтому

поиск эффективных форм и методов стратегического управления социально-экономическим развитием регионов России по-прежнему остается актуальным.

Сегодня в экономике России укрепляются те же тенденции современного экономического развития, которые свойственны странам с развивающейся экономикой, а именно: глобализация, активное развитие сферы услуг, формирование постиндустриального общества и его полная информатизация, активное развитие различных сетевых форм коммуникаций и др. Все это предопределяет необходимость поиска новых путей регионального развития [1].

Для эффективного анализа уровня регионального развития и дальнейшей разработки стратегий экономического развития регионов можно использовать теорию доиндустриального, индустриального и постиндустриального (информационного) развития общества Раймона Арона [1, с. 12], Дэниела Белла [3, с. 7], Уильяма Ростоу [4, с. 9], Элвина Тоффлера [5, с. 14]. Эти концепции предполагают, что экономическое развитие преодолевает три стадии: аграрную, индустриальную и постиндустриальную (информационную). Концепции теорий стадий роста позволяют оценить предысторию и перспективу экономического развития какого-либо города, региона. Потому что, только проанализировав доминирующий тип, например, отраслей города, можно выявить различные особенности управления его экономическим развитием.

Так индустриальным городам присущи различные закономерности, которые определяются местом ведущих отраслей в секторе экономики. В таком городе ведущая отрасль создает рабочие места, а остальная инфраструктура в большей степени занята обслуживанием основного производства. В таких условиях очень часто формируются города с моноотраслевой структурой, т.е. здесь одно или несколько предприятий, относящихся к одной отрасли, определяют все состояние экономики, а также социальной сферы города.

Совсем иная ситуация складывается в постиндустриальных городах или регионах, где главным сектором экономики, который определяет их благосостояние, является уровень развития сферы услуг (городской инфраструктуры: степень развития дорог, связи, жилищного сектора, и индустрии развлечений; уровень преступности и обеспеченность города квалифицированными кадрами). Именно это и определяет потенциал эффективного развития постиндустриального города, а также возможность инфраструктуры принимать совершенно новые виды бизнеса, новых людей, быстро и эффективно приспособиться к новым изменяющимся условиям [6, с. 41].

В России происходит два процесса – это деиндустриализация и рост удельного веса сектора услуг в экономике. Два этих процесса являются противоположными. Деиндустриализация предполагает одновременное уменьшение удельного веса перерабатывающих отраслей и укрепление добывающих. Этот процесс является отчасти вынужденным, и носит он с точки зрения развития экономики государства преимущественно негативный характер, потому происходит сужение сектора отраслей обрабатывающей промышленности с высокой долей добавленной стоимости. «Спад обрабатывающих отраслей достиг 2,2%, а общие объемы выпуска вернулись к отметкам 5-летней давности, практически повторив минимумы конца прошлого года. И только лишь в пищевой и химической отрасли, производящих немного более 13% продукции промышленности, объемы выпуска в июле 2016 года превысили докризисный уровень. В металлургии, производстве транспортных средств, электрооборудования и стройматериалов снижение выпуска составляет 14–17,5%, а в прочих производствах (включая мебельную промышленность) – 25,7% [7]. Это является свидетельством того, что на сегодняшний день главным фактором развития становится не производство и рациональное их использование.

Одновременно с процессом деиндустриализации в России, происходит рост удельного веса услуг, торговли, а также финансовых учреждений. Этот процесс характерен для постиндустриальной стадии развития общества. Оценка постиндустриальных тенденций позволяет выделить наиболее преимущественные факторы экономического развития регионов. К таким факторам относятся: уровень развития социальной и досуговой инфраструктуры, уровень профессиональной квалификация людей; информационные и управленческие технологии.

Администрация многих регионов в процессе осуществления своей деятельности, которая направлена на экономическое развитие региона, начинает осваивать совершенно новые управленческие технологии:

- 1) инструменты региональной промышленной политики, которые включают в себя широкий спектр методов привлечения инвестиций;
- 2) методы стратегического планирования развития региона;
- 3) приемы регионального маркетинга и методы «продвижения» регионов и городов;
- 4) применение передового опыта других регионов и городов.



На основании всего этого можно утверждать, что экономического благосостояние регионов России основывается не только на исходных преимуществах, таких как географическое положение, наличие большого числа природных ископаемых, но также качественном управлении их социально-экономическом развитии.

Для эффективного развития регионов необходимо использовать все современные методы регионального менеджмента: стратегическое планирование, региональный маркетинг и т.д. Сегодня основным фактором успеха в эффективном управлении региональным развитием является уровень квалификации кадров региональной администрации, а также эффективное использование интеллектуального потенциала консультантов по региональному развитию.

Стратегия планирования региона представляет собой совокупность приемов, которые позволяют определить основные цели развития, проанализировать весь потенциал развития региона, содержащий в себе различные преимущества (особенности региона, которые отличают его от других). На основе всего этого разрабатывается концепция развития и план конкретных действий, который в дальнейшем анализируется на эффективность и результативность. Циклический алгоритм стратегического планирования развития региона представлен в соответствии с рисунком 1.



**Рис. 1. Циклический алгоритм стратегического планирования развития региона**

На сегодняшний день, стратегическое планирование регионов представлено в виде большого числа государственных программ развития субъектов РФ. Эти программы направлены на выход из кризиса, повышение уровня благосостояния жителей, развитие образования, создание новых рабочих мест, обновление всей структуры производства, развитие уже имеющихся. Например, государственные программы Ставропольского края на 2016–2021 гг. включают в себя такие направления как: развитие сельского хозяйства, развитие сферы труда и занятости, развитие образования, развития культуры и туристско-рекреационного комплекса края, развитие здравоохранения, социальную поддержку граждан и др.

Региональный маркетинг представляет собой одну из самых удачных концепций современного менеджмента. Большая часть приемов маркетинга сегодня активно развивается и разрабатывается в рамках регионального маркетинга, который осуществляется государственными органами регионального управления. Под понятием «региональный маркетинг» представляется система привлечения в регион абсолютно новых экономических агентов, которые способствуют процветанию региона в целом. Региональный маркетинг региона может осуществляться в виде маркетинга земли, жилья, зон хозяйственной застройки, инвестиций, туристического маркетинга и т.д. [8, с. 169]. Одна из основных целей регионального маркетинга – это донесение информации о регионе как месте для эффективного и процветающего бизнеса. Все это осуществляется региональными торгово-промышленными палатами регионов, их министерствами туризма, различными организациями и др.

В роли одного из инструментов регионального менеджмента может стать стратегия брендинга территории. Брендинг территории – это стратегия по повышению конкурентоспособности городов, регионов, государств, с целью завоевания внешних рынков, привлечения инвесторов, туристов, новых жителей, квалифицированных мигрантов, посредством формирования благоприятного имиджа [9, с. 234]. Объектом брендинга является конкретная территория – городское или сельское муниципальное образование, регион, страна. Формирование благоприятного имиджа региона на сегодняшний день просто необходимо, потому что это может послужить рычагом для привлечения «утраченных» инвесторов, в результате введения экономических санкций против России. Затрагивая проблему

брендинга территории, также необходимо отметить, что он может сыграть ключевую роль в экономическом развитии, как отдельных субъектов РФ, так и всей страны, посредством увеличения притока зарубежных инвестиций в различные сферы экономики. Эти инвестиции способны решить проблему не освоенности огромных просторов нашей страны, поскольку решение этой проблемы чисто нашими усилиями займет достаточно большое количество времени и средств, которые также необходимо тратить и на другие направления.

Таким образом, экономическое развитие регионов – это сложный процесс, со своими изъятиями, который представляет собой комплексную систему различных мероприятий, целью которых является реализация долгосрочных задач социально-экономического развития субъектов государства и его в целом. Все это говорит о том, что процесс решения задач экономического развития регионов, должен осуществляться с учетом рационального вклада сил государства и самих регионов, непосредственно. Для того, чтобы решить эту задачу, необходимо проводить эффективную диагностику текущего уровня развития региона для внесения необходимых корректирующих управленческих решений в стратегию его развития.

#### Литература

1. Морозова, Т.Т. Государственное регулирование экономики и социальный комплекс: учебное пособие / Т.Т. Морозова, А.В. Пикулькина. – М.: Юнити, 2015. – 287 с.
2. Aron, R. Le développement de la société industrielle et la stratification sociale. – Paris: Centre de Documentation universitaire, 1956. – 239 p.
3. Белл, Д. Грядущее постиндустриальное общество / Д. Белл. – М.: «Academia», 2004. – 578 с.
4. Rostow, W. The process of economic growth. – New York: Norton & Company, 1962. – 285 p.
5. Тоффлер, Э. Третья волна / Э. Тоффлер. – М.: АСТ, 2004. – 781 с.
6. Визгалов, Д.В. Маркетинг города: учебное пособие / Д.В. Визгалов. – М.: Фонд «Институт экономики города», 2010. – 110 с.
7. Высшая школа экономики предсказала деиндустриализацию России. – Режим доступа: <http://www.finanz.ru/novosti/aktsii/vshe-predskazala-deindustrializaciyu-rossii001368830> (дата обращения: 10.03.2017)
8. Сачук, Т.В. Территориальный маркетинг: учебное пособие / Т.В. Сачук. – СПб.: Питер, 2009 – 368 с.
9. Панкрухин, А.П. Маркетинг территорий: учебное пособие / А.П. Панкрухин. – СПб.: Питер, 2010. – 416 с.

УДК 338.12.015

***Е.И. Алёхина, магистрант***

*Научный руководитель: Е.Ю. Шацкая, канд. экон. наук, доцент  
г. Ставрополь, Северо-Кавказский федеральный университет*

### **СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ И ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ СТРОИТЕЛЬНОЙ ОТРАСЛИ СТАВРОПОЛЬСКОГО КРАЯ**

Строительство выступает одной из наиболее важных отраслей национальной экономики. В данной отрасли задействовано значительное количество людских ресурсов, а объем производимой продукции составляет приблизительно десятую часть экономики страны. Строительная отрасль за последние годы подверглась значительным преобразованиям, приведшим к непростой ситуации на жилищно-строительном рынке. На сегодняшний день в строительная отрасль сталкивается с проблемами нехватки финансирования из-за сокращения объемов ипотечного кредитования, повышения стоимости стройматериалов, высокого уровня налогов, а также снижения платежеспособности населения [5, с. 20]. В современных экономических условиях в целом для нашей страны наиболее привлекательна инвестиционно-строительная сфера экономики. Однако, несмотря на увеличение объемов инвестиций в данную отрасль, структура капитальных затрат постоянно меняется. Увеличиваются вложения в строительство социально-бытовых объектов, на фоне постепенного снижения инвестиций в реальный сектор экономики. В структуре инвестиций растет доля объемов строительно-монтажных работ (СМР), что позволяет говорить о низко эффективной технологической структуре капитальных вложений, не позволяющей приобретать новое оборудование, и осуществлять проектно-изыскательские работы. С каждым годом увеличивается количество подрядных организаций, в основном частной формы собственности, что приводит к распределению объемов выполняемых строительно-монтажных работ между мелкими исполнителями, что влечет снижение уровня качества выполняемых работ, в основном из-за того, что рабочий персонал зачастую привлекается неквалифицированный, усложняются внутривыпускные связи [10, с. 42].

Строительство жилого фонда непосредственно связано с покупательной способностью населения страны, так, увеличение ставок по ипотечному кредитованию, и скачки курсов основных валют повлекли уменьшение спроса на недвижимость, как в целом снижение покупательной способности населения.

В реальном секторе экономики Ставропольского края строительство находится на третьем месте, уступая таким отраслям как промышленность (в основном пищевая) и сельское хозяйство [1, с. 10]. В рамках концепции устойчивого развития Ставропольского края до 2020 года строительной отрасли отведено шестое место (рис. 1) и отнесена отрасль ко второй приоритетной зоне развития. Как показали исследования А.М. Родченко, развитие строительной отрасли в Ставропольском крае может рассматриваться наравне с легкой промышленностью и машиностроением. А.М. Родченко, с учетом результатов проведенного SWOT-анализа были выделены зоны развития различных отраслей экономики для Ставропольского края приведенные на рисунке 1 [9, с. 42]. Таким образом, относясь ко второй зоне приоритета, строительная отрасль в Ставропольском крае имеет потенциал для развития, но основные усилия краевых властей в этом направлении сосредоточены развитии пищевой промышленности, сельского хозяйства и туризма.

Большая часть средств на инновационные технологии, средства и материалы выделяется в отраслях зоны первого приоритета. Данная тенденция обусловлена выраженной аграрной и аграрно-индустриальной доминантой в регионе.

Привлекательность

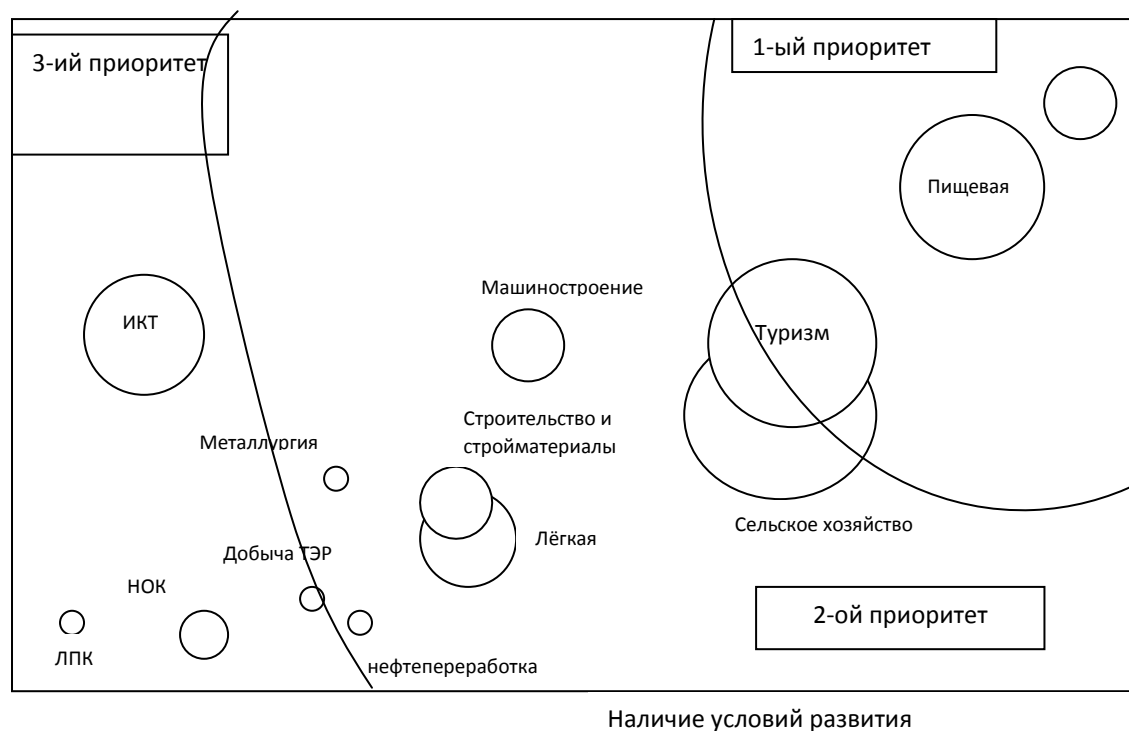


Рис. 1. Стратегические зоны развития (отраслевые предпочтения) Ставропольского края в рамках Концепции устойчивого развития до 2020 года

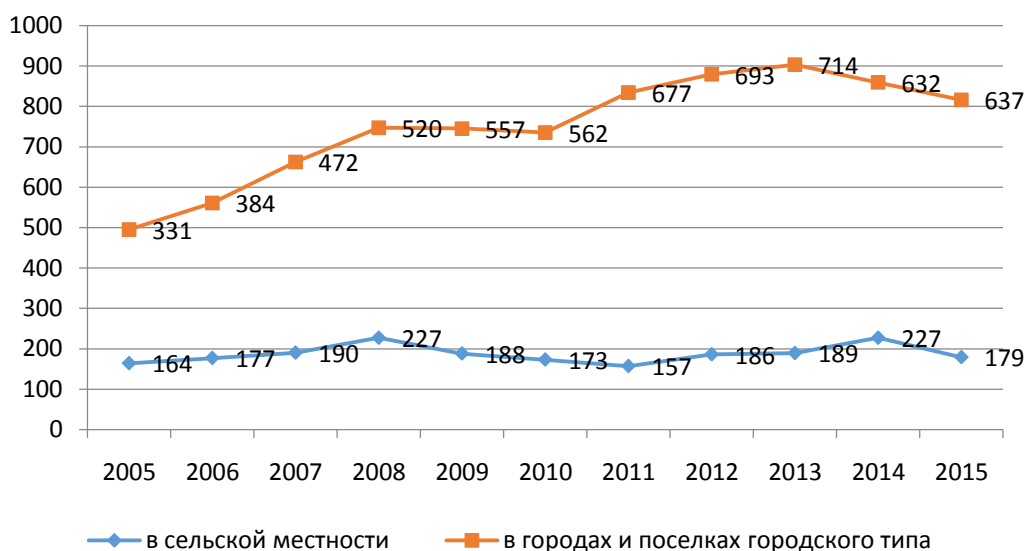
Анализ основных показателей строительной деятельности в Ставропольском крае произведен за 2005–2015 гг. в таблице 1 [12, с. 52].

Таблица 1

Основные показатели строительной деятельности								
Показатели	2005	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Число действующих строительных организаций	1322	2424	2455	2701	2698	2786	2773	-
Объем работ, выполненных по виду деятельности «строительство» (млрд руб.)	13,0	29,5	37,6	44,7	48,0	63,0	59,6	51,9
Среднегодовая численность занятых в строительстве, тыс. чел.	79,3	90,1	91,2	92,9	94,4	93,5	93,1	-
Затраты на один рубль выполненных работ, коп.	93,9	98,1	97,9	88,7	94,2	96,6	96,5	-

Из данных таблицы видно, что в крае с 2005 по 2013 гг. число действующих строительных организаций с каждым годом увеличивалось, снижение показателя констатируется только в 2013 и 2015 гг. Существенный рост, почти в 2 раза произошел за период с 2005 по 2010 гг., при этом снижение данного показателя в 2013 и 2015 гг. незначительное, на 0,33% в 2013 г. и на 0,47% в 2015 г. Объем работ увеличился в 2013 г. по сравнению с 2005 г. более, чем в 2 раза, максимума данный показатель достигает в 2014 г., увеличиваясь по отношению к уровню 2005 г. на 50 млрд руб. или в 4,8 раза, в 2015 г. заметно незначительное снижение показателя на 3,4 млрд руб. в 2016 году тенденция к снижению продолжилась и по отношению к 2015 году снизилась на 12,9%. Не пропорционально объему выполненных работ растет численность занятых в строительстве человек, так, в 2010 г. по отношению к 2005 г. увеличение составило 15% по сравнению с объемом работ, который за аналогичный период увеличился более, чем в 2 раза, аналогично числу действующих строительных организаций. В 2015 г. по отношению к 2010 г. количество занятых в строительстве увеличивается всего на 3%.

Тенденция ввода в действие жилых домов в Ставропольском крае за последние 10 лет показывает существенное отличие количества строительных объектов для жителей сельской местности и городского населения, что связано с большим разрывом цен на недвижимость в городских поселениях и в сельской местности, а так же массовой урбанизацией населения края и страны в целом (рис. 2). При этом, в сельской местности строительство жилья осуществляется либо частными лицами, либо государственными учреждениями в рамках реализации региональных и государственных программ социальной помощи населению. Проблему расширения строительства в сельской местности на наш взгляд можно решить посредством увеличения строительства объектов инфраструктуры, создания рабочих мест и привлечения инвестиций в развитие местности.



**Рис. 2 Ввод в действие жилых домов в расчете на 1000 человек населения**

Как видно из данных, приведенных на графике, в 2015 году снизилось количество вводимых в действие жилых домов и для сельской местности и для городского населения, что свидетельствует о снижении покупательной способности всего населения края. Показатели ввода в действие жилых домов свидетельствуют о том, что в городах и поселках городского типа с 2005 года по 2008 год наблюдается значительный рост ввода в действие жилых домов, с 2008 по 2010 гг. увеличение происходит незначительное, что связано с периодом влияния мирового финансового кризиса, с 2010 по 2013 гг. происходит новый виток развития строительства в городах и поселках городского типа и с 2013 года по 2015 год показатели снижаются ниже уровня 2011 года. В сельской местности на протяжении всего периода колебания не столь значительные, аналогично тенденции в городах и поселках городского типа увеличение констатируется до 2008 года, с 2008 года до 2011 года показатель ввода в действие жилых домов снижается ниже уровня 2005 года, максимальное значение достигается в 2014 году и в 2015 году показатель падает ниже уровня 2012 года.

Анализ строительной отрасли края не будет полным без анализа трудового потенциала отрасли. Приведем в таблице 2 основные показатели по труду в строительстве [13, с. 100].

Таблица 2

**Основные показатели по труду в строительстве**

Годы	Занято в строительстве		Потребность в работниках, заявленная в службу занятости, чел.	В том числе потребность в рабочих кадрах
	Тыс. чел.	В% к занятым во всех видах деятельности		
2005	79,3	6,8	11079	10000
2006	83,1	7,0	12493	11143
2007	88,3	5,1	12473	11076
2008	89,9	7,4	13359	11517
2009	87,3	7,2	8975	8328
2010	90,1	7,3	9605	8699
2011	91,2	7,3	7363	6473
2012	93,0	7,5	8770	7725
2013	94,4	7,6	17194	15829
2014	93,5	7,6	-	-

Из данных таблицы видно, что в целом с 2005 по 2013 гг. количество занятых в строительстве постепенно увеличивается, снижение происходит в 2014 году и то не значительное, с 2005 по 2009 гг. потребность в персонале увеличивается, наименьшее значение данный показатель имеет в 2011 г., наибольшее значение – в 2013 г., при этом, основную потребность в персонале составляют рабочие кадры.

Качество привлекаемого персонала непосредственно зависит от уровня оплаты труда в данной отрасли, приведем в таблице 3 данные по уровню оплаты труда работников в строительстве.

Таблица 3

**Оплата труда работников строительных организаций**

Годы	Среднемесячная номинальная начисленная заработная плата (тыс. руб.)	В% к среднерегиональному уровню
2005	6079,7	112,3
2006	7112,3	105,6
2007	10334,0	119,5
2008	11610,1	104,5
2009	12955,8	102,4
2010	14449,7	103,6
2011	17050,6	109,4
2012	20806,3	112,8
2013	23249,5	112,5
2014	25162,4	111,4

Из данных таблицы 3 видно, что уровень оплаты труда работников строительной отрасли Ставропольского края, в целом за весь анализируемый период, выше уровня среднего значения оплаты труда в крае, что связано со сложностью выполняемых работ, уровень среднемесячной начисленной заработной платы в 2012 г. значительно увеличился и достигает максимального увеличения в 2014 г. Однако, если сравнивать данный показатель с аналогичным показателем в общем по России, уровень среднемесячной заработной платы будет значительно ниже, что приводит к оттоку квалифицированного персонала в другие регионы с более высоким уровнем оплаты труда и увеличению потребности в рабочих кадрах, что мы и наблюдаем в 2013 г. (табл. 2).

Немаловажным для развития строительной отрасли в Ставропольском крае на наш взгляд является привлечение инвестиций в данную отрасль экономики края. Немаловажным в данном направлении представляется аспект развития государственного и частного партнерства в строительстве. В современных условиях формирования новых экономических отношений, нацеленных на интеграцию в мировое сообщество и привлечение иностранного капитала, на государственном и региональном уровнях осознается значимость осуществления структурных изменений и построения более тесного взаимодействия государства и частного сектора. В последние годы появилось и начинает играть существенную роль такая эффективная структура как государственно-частное партнерство (ГЧП), относительно новая для нашей страны форма реализации инвестиционных проектов, которая нацелена на решение целого ряда инфраструктурных проблем. Практика построения государственного и частного партнерства (ГЧП) показывает, что оно позволяет эффективно решать крупные социальные и экономические проблемы посредством объединения ресурсов государственного и частного секторов [7, с. 85; 8, с. 48].

У. Г. Зиннуров понимает под исследуемым партнерством организационный и институциональный союз между государством и частным бизнесом. По его обоснованному мнению, данный союз объединяет ресурсы властных и хозяйствующих структур в рамках значимых федеральных и региональных проектов и программ, способствующих повышению конкурентоспособности на внешнем рынке [3, с. 12].

Анализ рейтинга развития регионов по уровню развития государственного частного партнерства показывает, что Ставропольский край находится на 43 месте с показателем коэффициента итогового интегрального показателя в 22,1% [4, с. 44].

При этом, в современных условиях для развития промышленной сферы в регионе и поддержания достойного уровня социальной сферы сельских территорий необходимо внедрение передовых технологий, реконструкции зданий и сооружений, в финансовых ресурсах. Используемые для развития сельских территорий бюджетные и внебюджетные средства, ресурсы целевого финансирования не позволяют полностью удовлетворять эти потребности, что порождает необходимость прямого привлечения компетенций и инвестиций частного сектора, следовательно, необходимо активное внедрение институциональных императивов государственно-частного партнерства в целях развития инфраструктуры и обустройства сельских территорий.

В целях развития государственного и частного партнерства в Ставропольском крае был принят закон «О государственно-частном партнерстве в Ставропольском крае» от 12.10.2009 № 67-кз [1], нормы которого направлены на обеспечение основ правового регулирования, целей, задач и общих принципов организации отношений, которые складываются в рамках государственно-частного партнерства на территории Ставропольского края, а также формы участия в ГЧП.

Данная форма сотрудничества между частным капиталом и органами власти должна способствовать решению задачи привлечения капитала в государственный и муниципальный секторы, технического и технологического развития социально значимых объектов инфраструктуры и производственных предприятий, повышения эффективности использования государственной и муниципальной собственности. Однако, как показал анализ практики применения положений закона в рамках региона, они носят рамочный характер и не оказывают должного влияния на привлечение финансовых ресурсов в развитие экономики и социальной сферы Ставропольского края. В рамках реализации данного закона, соглашения о государственно-частном партнерстве практически не заключались. Соответственно, региональный закон нуждается в комплексной доработке с учетом сложившейся практики применения механизмов ГЧП в наиболее экономически развитых регионах Российской Федерации [6, с. 55].

По мнению И.И. Савченко, в регионах целесообразно реализовать следующие направления совершенствования нормативно-правовой базы: необходимо урегулировать процедуру передачи отдельных прав собственности на инфраструктурные объекты, создаваемые в рамках партнерства государства и частного капитала, проектов (концессионных соглашений); разработать механизм, координирующий действия различных ведомств и структурных подразделений в ходе инициирования, согласования, разработке таких проектов и т.д. [11, с. 58].

Таким образом, развитие строительной отрасли Ставропольского края на данный момент испытывает ряд негативных воздействий влияния финансового кризиса, снижения покупательной способности населения, что влечет снижение количества ввода в действие жилых объектов и соответственно уменьшения количества строительных организаций. Потребность в рабочем и квалифицированном персонале для данной отрасли края так же велика. Несмотря на то, что уровень среднемесячной номинальной заработной платы находится выше среднерегионального значения, в целом, по России данный показатель ниже среднеотраслевого, что способствует оттоку квалифицированных кадров в другие регионы России. Недостаточно в строительной отрасли края используются возможности государственного и частного партнерства, что снижает инвестиционный потенциал строительной отрасли края. Для развития строительной отрасли Ставропольского края, по нашему мнению следует с учетом влияния кризисных явлений в экономике страны и края в целом, использовать имеющийся в крае потенциал, способствующий привлечению инвестиций в данную отрасль.

#### Литература

1. Государственная программа Ставропольского края «Развитие градостроительства, строительства и архитектуры» [Электронный ресурс] // Официальный интернет-портал правовой информации Ставропольского края. – Режим доступа: [www.pravo.stavregion.ru](http://www.pravo.stavregion.ru) (дата обращения: 02.03.17).
2. Закон «О государственно-частном партнерстве в Ставропольском крае» от 12.10.2009 (ред. от 24.12.2010 г.) // Ставропольская правда. – 2009. – № 216.

3. Зиннуров У.Г. Концептуальные основы институционализации государственно-частного партнерства в управлении инновационной деятельностью / У.Г. Зиннуров // Вестник УГУЭС. Наука, образование, экономика. Серия: Экономика. – 2013. – № 1 (3).
4. Исследование «Развитие государственно-частного партнерства в России в 2015–2016 годах. Рейтинг регионов по уровню развития ГЧП» / Ассоциация «Центр развития ГЧП», Министерство экономического развития РФ. – М.: Ассоциация «Центр развития ГЧП», 2016. – 36 с.
5. Макушкин В.А. Анализ современных условий развития строительного бизнеса в России / В.А. Макушкин // Наука и современность. – 2016. – № 42.
6. Министерство экономического развития Ставропольского края: официальный сайт [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.stavinvest.ru> (дата обращения: 03.03.17).
7. Модели взаимодействия субъектов государственно-частного партнерства в вопросах повышения энергоэффективности: коллективная монография / Под ред. Л.И. Ушвицкого, Н.Н. Яковенко. – Ставрополь: Изд-во СКФУ, 2014. – 374 с.
8. Парахина В.Н., Федоренко Т.М., Шацкая Е.Ю. Теория организации. – М.: Изд-во КНОРУС, 2014. – 360 с.
9. Родченко А.М. Оценка конкурентоспособности региона и формирование стратегии его развития: автореф. дис. ... канд. экон. наук / А.М. Родченко. – Ставрополь, 2010. – С. 6.
10. Российский статистический ежегодник 2016 г. Раздел Строительство [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.gks.ru/> (дата обращения: 02.03.17).
11. Савченко И.И. Государственно-частное партнерство в России: современное состояние и проблемы развития / И.И. Савченко // Известия Дальневосточного федерального университета. Экономика и управление. – 2015. – № 1. – С. 99–111.
12. Ставропольский край в цифрах 2016: Краткий статистический сборник. – Ставрополь: Ставропольстат, 2016.
13. Строительство и инвестиции в Ставропольском крае 1990-2014 гг: Статистический сборник. – Ставрополь: Ставропольстат, 2016. С. 73

**УДК 330.3**

***И.А. Андросова, В.В. Заварзина, студенты***

*Научный руководитель: Ю.Р. Тугуз, канд. техн. наук, профессор  
г. Ростов-на-Дону, Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)*

## **ФИНАНСОВАЯ ПОДДЕРЖКА МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В РОСТОВСКОЙ ОБЛАСТИ**

Развитие предпринимательства является одним из главных источников увеличения эффективности производственной деятельности страны, насыщения рынка разнообразными товарами, услугами, а также, развитие предпринимательской деятельности, безусловно, влияет на повышение уровня жизни населения.

Малый бизнес обеспечивает необходимую мобильность в условиях рынка, создает глубокую специализацию и кооперацию, без которых немислима его высокая эффективность. Он способен не только оперативно заполнять ниши, образующиеся в потребительской сфере, но и сравнительно быстро окупаться, создавать атмосферу конкуренции.

Деятельность малых предприятий приобрело достаточно высокие темпы в своем развитии. На сегодняшний день, данный вид бизнеса занимает существенную долю рынка как в Ростовской области, так и непосредственно в Ростове-на-Дону, показав себя с как эффективная форма организации. В городе Ростове-на-Дону малый бизнес обеспечивает трудовой занятостью более трети населения, в общем обороте по полному кругу предприятий, оборот малых предприятий составляет около 30%, также значительное влияние малое и среднее предпринимательство оказывает на формирование налогового потенциала города.

Показателем того что малый бизнес в Ростовской области прогрессирует, являются такие статистические данные как увеличение численности трудящихся, повышение уровня среднемесячной заработной платы, увеличение объемов выпуска товаров, работ, оказание услуг, повышение уровня инвестиционной активности.

Что касается прямой поддержки развития малого бизнеса финансовыми ресурсами, то данные услуги находятся исключительно в компетенции Министерства экономики, торговли, международных и внешнеэкономических связей.

Актуальными для малого бизнеса являются и такие формы финансовой поддержки как: субсидии в целях возмещения лизинговых платежей, затрат по участию в зарубежных и российских мероприятиях, стоимости приобретенных основных средств, программного обеспечения, присоединения или подключения к коммунальным сетям и др.

Как в 2016 году, так и в 2017 приоритет в поддержке деятельности субъектов отдается созданию и развитию институтов поддержки бизнеса. Создание Фонда содействия развитию инвестиций в субъекты малого и среднего предпринимательства в Ростовской области – это действенный механизм инвестиционного развития экономики Донского края. Благодаря привлеченным инвестициям из средств Фонда малыми предприятиями, будет увеличено количество дополнительных рабочих мест, увеличению фонда оплаты труда, повышению уровня налоговых поступлений в бюджет.

Состояние сектора малого предпринимательства в Ростовской области находится под пристальным вниманием как региональных, так и муниципальных органов власти, являясь одним из ключевых индикаторов качества бизнес-среды, уровня развития конкуренции и в целом инвестиционной привлекательности региона. За последние годы в области существенно расширены формы государственной поддержки малого бизнеса, ведется активная работа по его популяризации, создана инфраструктура поддержки предпринимателей. Принятые меры позволяют удерживать Донскому региону статус одного из наиболее привлекательных и комфортных для ведения бизнеса среди субъектов Российской Федерации. Основные показатели малых предприятий Ростовской области за 2011–2016 гг. представлены в таблице 1.

Таблица 1

**Основные показатели малых предприятий Ростовской области за 2011–2016 гг.**

Показатель	2011	2012	2013	2014	2015	2016
<b>Малые предприятия</b>						
Число предприятий (на конец года), единиц	54619	56335	54744	54392	55146	56438
Оборот предприятий, млн руб.	574,7	622,4	635,03	719,2	650,7	785,4
Средняя численность работников, тыс. чел.	338,8	316,3	297,5	292,5	302,2	306,5
Инвестиции в основной капитал, млн руб.	14824,3	18044,5	17553,1	23688,2	26057,0	32857,9
<b>из них микропредприятия</b>						
Число предприятий (на конец года), единиц	48086	49578	48457	48450	49642	51443
Оборот предприятий, млн руб.	203,4	227,5	239,7	291,6	256,2	307,4
Средняя численность работников, тыс. чел.	109,0	131,7	129,5	137,6	147,3	152,5
Инвестиции в основной капитал, млн руб.	3194,4	4282,8	4217,8	10793,9	11873,3	14972,2

По данным Росстата и данным, предоставленным в таблице 1, можно судить о том, что с каждым годом в Ростовской области количество зарегистрированных предприятий возрастало. Уже в 2016 году было зарегистрировано порядка 56,4 тыс. субъектов малого предпринимательства, что примерно в 1,5 раза больше чем в 2011 году. Оборот предприятий так же постепенно увеличивался. Средняя численность работников практически не изменилась. Однако наблюдается резкий рост инвестиций в основной капитал предприятий. Уже к 2016 году он возрос примерно в 3 раза по отношению к 2011 году.

Что касается микропредприятий, то замечен рост количества зарегистрированных микропредприятий, постепенное увеличение их оборота, численность сотрудников возросла в 2016 г. примерно в 1,5 раза по сравнению с 2011 годом.

Сравнивая последние два года, стоит отметить, что наметилась положительная динамика с численностью занятых в целом на предприятиях малого бизнеса региона – в 2016 году на них было задействовано 306,5 тыс. работников списочного состава, что на 1,4% (или на 4,3 тыс. человек) больше, чем годом ранее (в течение всего 2015 года наблюдалось сокращение численности работников). Возрос по итогам 2016 года и оборот малых и средних хозяйствующих субъектов – по оценке, достиг 785,4 млрд рублей, увеличившись в фактических ценах по сравнению с прошлым годом почти на 20%.

Кроме того, в анализируемом периоде отмечается увеличение инвестиционной активности субъектов малого и среднего предпринимательства Дона – за 2016 год ими было получено 32857,9 млн рублей инвестиций, что на 26,1% больше уровня который наблюдался в 2015 году [3, с. 3–12].

В Ростовской области в 2013 году принята государственная программа Ростовской области «Экономическое развитие и инновационная экономика», которая реализуется с 2014 по 2020 годы.

К основным направлениям данной программы относятся:

- Создание условий для привлечения инвестиций в экономику Российской Федерации;
- Создание благоприятной конкурентной среды;
- Повышение предпринимательской активности и развитие малого и среднего предпринимательства;



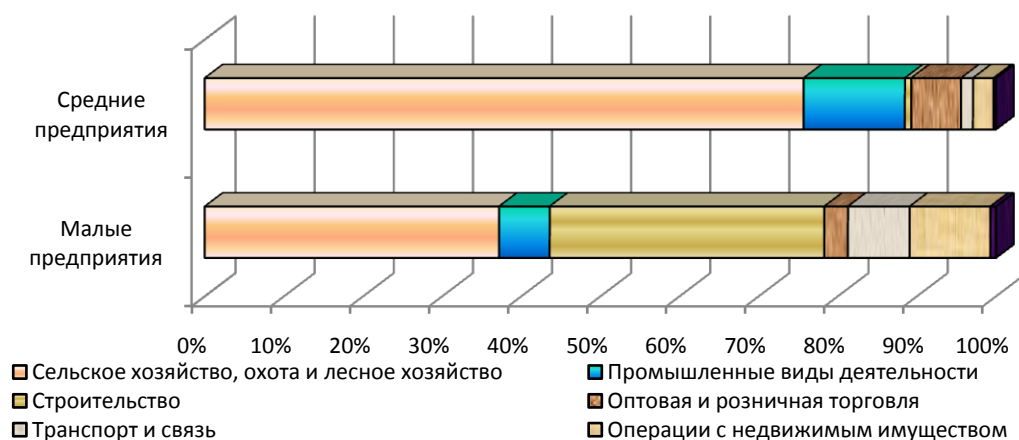
- Устранение избыточного регулирования и неоправданного вмешательства государства в деятельность хозяйствующих субъектов;
- Повышение доступности и качества государственных и муниципальных услуг;
- Повышение эффективности функционирования естественных монополий и совершенствование системы государственного регулирования тарифов;
- Формирование экономики знаний и высоких технологий;
- Совершенствование государственной политики и реализации государственных функций в сфере земельных отношений и оборота недвижимости, геодезии, картографии и инфраструктуры пространственных данных Российской Федерации;
- Повышение качества государственного и муниципального управления;
- Совершенствование сбора, обработки и предоставления статистической информации.

Основой финансирования программы являются средства областного бюджета. Финансирование из средств федерального бюджета в рамках государственной программы Российской Федерации «Экономическое развитие и инновационная экономика» уточняется ежегодно по результатам проведения конкурсного отбора среди регионов Российской Федерации [1, с. 16–22].

Как известно, за рубежом имеется значительное количество венчурных фондов, которые содействуют развитию малого бизнеса. В Российской Федерации так же стали появляться такие организации: государственные, частные. Подобного рода организации создаются с целью стимулирования малого бизнеса в разных сферах деятельности, но большее внимание все же уделяется инновационной деятельности. Создание венчурных фондов, наконец, делает реальным кредитование инновационных венчурных проектов субъектов малого предпринимательства – одно из самых перспективных, высокоэффективных, но и самых рискованных видов предпринимательства.

В 2016 году малыми предприятиями было использовано 32857,9 млн рублей инвестиций в основной капитал. Отраслевая структура инвестиций представлена на рис.1 [3, с. 8–12].

Несмотря на то, что главным направлением инвестиционных вложений у малых предприятий Ростовской области традиционно является строительная деятельность, инвестиционное участие малого бизнеса в развитии сельского хозяйства области в 2016 году достигло соразмерной строительству доли и даже превысило ее на 2,5 п.п.



**Рис. 1. Объем инвестиций в основной капитал малых предприятий Ростовской области в разрезе видов экономической деятельности по итогам 2016 года (в процентах)**

По итогам 2016 года объем инвестиций в основной капитал, освоенный малыми предприятиями, было освоено 32857,9 млн рублей инвестиций, что на 26,1% больше чем за соответствующий период 2015 года.

Основная часть инвестиционных вложений приходится на малые сельскохозяйственные организации – ими было привлечено порядка 37,2% от общего объема региональных инвестиций, использованных малыми предприятиями; свыше трети объема инвестиций освоено малыми строительными предприятиями, порядка 10% приходится на организации, специализирующиеся на операциях с недвижимым имуществом, арендой и предоставлением услуг.

В целом, по сравнению с аналогичным периодом предыдущего года, у малых сельскохозяйственных предприятий наблюдалось более чем двукратное увеличение объемов инвестиций, у малых промышленных предприятий – почти в 1,5 раза; на 45,1% – у организаций занятых, в сфере недвижимости и оказания услуг; у организаций транспорта и связи инвестиции увеличились в 6,4 раз.

Объем инвестиций малых строительных организаций остался практически на уровне предыдущего периода. Одновременно уменьшение инвестиционных вложений в анализируемом периоде отмечено у малых торговых организаций (на 1,6%) и предприятий гостиничного и ресторанного бизнеса (на 10,0%).

Что касается средних предприятий, то объем освоенных ими инвестиций в основной капитал составил на 22,5% больше, чем в 2015 году.

Приоритетными направлениями в части инвестиционных намерений у средних предприятий являлись сельскохозяйственная деятельность, на долю которой приходится около 76% объема инвестиций, направленных средними хозяйствующими субъектами на развитие региональной экономики, и промышленные виды деятельности, и торговля, где освоено более 12,8% и 6,3% инвестиционных средств, соответственно [3, с. 8–12].

Самой распространенной проблемой возникающих развивающихся субъектов малого предпринимательства является отсутствие у них финансовых ресурсов. Решением данной проблемы может стать возможность получения кредита, как можно, с более низкой процентной ставкой и, как можно, на более длительный срок.

Поэтому нельзя не упомянуть, что одной из форм поддержки развития малого бизнеса является предоставление кредитов банками. Банки снижают свои процентные ставки для субъектов малого предпринимательства, что делает их более доступными. В то же время снижая процентную ставку, банки уменьшают сроки кредитования, т.е. кредиты носят краткосрочный характер (до одного года, но чаще всего на 3–6 мес.). Они позволяют решить краткосрочные проблемы субъекту малого предпринимательства, связанные, например, увеличить объем оборотных средств.

Банки стремятся минимизировать свои риски от кредитования малого бизнеса, что объясняется негативными тенденциями на рынке кредитования. Именно поэтому наиболее крупные банки сдерживают активность на рынке, ведь они наиболее подвержены увеличению просроченной задолженности. Огромное влияние на кредитование малого бизнеса оказал тот фактор, что банки стремятся поддержать клиентов среди крупного бизнеса, так как многие из них потеряли возможность кредитования своей деятельности зарубежными банковскими организациями. Это произошло, в основном за счет введения экономических санкций со стороны европейских государств. В результате доля топ-10 банков по активам в совокупном объеме предоставленных кредитов снизилась в I полугодии на 3 п.п. до 50%.

По объему выданных кредитов малому и среднему бизнесу (таблица 2) в 2015–2016 гг. лидирует ПАО «Сбербанк России». Второе место, не менее стабильно, занимает банк «ВТБ-24». По процентному соотношению, объем выданных кредитов МСБ у банка АО «Россельхозбанк» снизился – примерно на 12,5% до 136 827 млн руб., что соответствует третьему месту [4 с. 2–14].

Таблица 2

**Рейтинг банков по объему кредитного портфеля МСБ на 2016 год**

Место по объему выданных за 1 полугодие 2016 года кредитов МСБ	Наименование банка	Объем кредитов, выданных МСБ, млн руб.		Темпы прироста объема кредитов, выданных МСБ, 1 полугодие 2016 года/1 полугодие 2015 года, %
		за 1 полугодие 2016 года	за 1 полугодие 2015 года	
1	ПАО Сбербанк	184 366	192 701	-0.04
2	ВТБ 24 (ПАО)	179 310	167 605	0.07
3	АО «Россельхозбанк»	156 243	136 827	0.14
4	Банк «Возрождение» (ПАО)	65 343	85 873	-0.24
5	КБ «ЛОКО-Банк» (АО)	62 402	52 046	0.20
6	АО «Райффайзенбанк»	44 084	40 617	0.09
7	ПАО «Банк «Санкт-Петербург»	42 660	37 819	0.13
8	ПАО «МИНБанк»	40 396	21 655	0.87
9	ПАО «АК БАРС» БАНК	25 582	21 558	0.19
10	ТКБ БАНК ПАО	22 584	24 618	-0.08

Проблемы кредитования малого и среднего бизнеса всегда были препятствием на пути к его успешному развитию. А успешное развитие бизнеса всегда сдерживалось недостатком средств. Эти проблемы взаимосвязаны. Причём связь эта выражается закономерностью: чем меньше денег есть у предпринимателя, тем меньший кредит он может взять. То есть для малого и среднего предпринимательства доступней всего микрокредитование.

Для улучшения условий кредитования малого предпринимательства необходимо проводить изменения на законодательном уровне, что предусматривает:

- 1) необходимо снизить налоговую нагрузку на банки, деятельность которых напрямую связана с кредитованием малого бизнеса;
- 2) установить фиксированную цену, которая должна уплачиваться за регистрацию договоров залога;
- 3) поддерживать создание и развитие организаций – кредитное бюро [2, с. 51–56].

Микрофинансирование в России сегодня — один из самых динамично развивающихся секторов финансового рынка, способствующий общему улучшению социально-экономической обстановки в предпринимательской сфере и упрощающий процедуру начала бизнеса.

В настоящее время в Ростовской области большое внимание уделяется развитию микрофинансирования, что способствует улучшению социально-экономической обстановки в предпринимательской сфере в области, а также облегчению доступа субъектов малого и среднего предпринимательства к привлечению заемных ресурсов.

#### Литература

1. Государственная программа «Экономическое развитие и инновационная экономика». С. 16–22. URL: <http://government.ru/programs/225/about>
2. Курбанова А.А. Современное состояние и проблемы развития кредитования малого и среднего бизнеса [Текст] / А.А. Курбанова // Проблемы современной экономики: материалы IV междунар. науч. конф. (г. Челябинск, февраль 2015 г.). – Челябинск: Два комсомольца, 2015. – С. 51–56.
3. Обзор рынка кредитования малого и среднего бизнеса в России / Фонд содействия кредитованию малого бизнеса Москвы.
4. Федеральный портал малого и среднего предпринимательства / Министерство экономического развития РФ. С. 3–12. URL: <http://smb.gov.ru/measuresupport/programs/celved>

УДК 378

**Ю.А. Арефкина, магистрант**

*Научный руководитель: Е.Е. Харламова, канд. экон. наук, доцент  
г. Волгоград, Волгоградский государственный технический университет*

## БЕНЧМАРКИНГ ФИНАНСОВЫХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ

Финансово-экономическое состояние вузов в современных условиях развития образовательной сферы выступает одним из важнейших критериев эффективности деятельности и конкурентоспособности. В связи с этим возрастает роль финансового менеджмента в управлении образовательной организацией, который включает в себя финансовое планирование, распределение финансовых средств и контроль над их использованием. Немаловажной задачей финансового менеджмента вуза является привлечение внебюджетных источников финансирования.

Внебюджетные средства в настоящее время являются основной долей в доходной части бюджета высшего учебного заведения. Так, например, бюджет Волгоградского государственного технического университета (ВолгГТУ) в 2016 году составил 2216192,3 тыс. руб., из них 922656,6 тыс. руб. (46,1%) приходится на внебюджетные источники финансирования (Таблица 1). Необходимость привлечения дополнительного финансирования для вузов обусловлена ограниченностью и недостаточностью бюджетного финансирования.

Таблица 1

**Сведения о бюджетных и внебюджетных средствах ВолгГТУ (с филиалами), тыс. руб.**

Годы	Бюджетные средства	% к 2015 г.	Внебюджетные средства	% к 2015 г.	Бюджет вуза	% к 2015 г.	Доля внебюджетных средств, %
2012	747883,5	109,3	640 018,6	108,1	1 387 902,1	108,7	46,1
2013	795329,0	106,3	667 325,1	104,3	1 462 654,1	105,4	45,6
2014	830872,7	104,5	723 773,1	108,5	1 554 645,8	106,3	46,6
2015	1218284,3		967 967,8		2 186 252,1		44,3
2016	1 293 535,7	106,2	922 656,6	95,3	2 216 192,3	101,4	41,6

Источник: по материалам [7, с. 14].

Внебюджетные средства – это все средства, получаемые образовательным учреждением от выполнения работ, оказания услуг, реализации продукции на договорном гражданско-правового характера и иные поступления, кроме бюджетного финансирования, средства, возмещающие расходы по созданию товарной услуги – образовательной деятельности [5, с. 250].

Основными источниками поступления внебюджетных средств являются:

- платные образовательные услуги;
- целевые капиталы (эндаумент-фонды);
- коммерциализация интеллектуальной собственности и др.

Бенчмаркинг финансовых показателей является одной из современных технологий, которая способствует повышению эффективности использования внебюджетных средств и в поиске их источников.

Несмотря на то, что метод бенчмаркинга был разработан еще в 1972 году (США), в сфере образования он стал применяться не так давно. Это объясняется тем, что в настоящее время вузы выступают одними из субъектов рыночной экономики, для которых развитие конкурентоспособных показателей является не менее важной задачей. В зарубежных странах существуют бенчмаркинговые центры и группы, примером которого является образовательное сообщество EFQM «Education Community of Practice», в рамках которого сотрудничают более 150 европейских вузов из 20 стран, проводя ежеквартальные встречи, конференции, семинары [3, с. 80].

Бенчмаркинг представляет собой процесс определения, понимания и адаптации имеющихся примеров эффективного функционирования организаций с целью улучшения собственной работы [6, с. 25].

Условно процесс бенчмаркинга образовательных организаций можно разделить на несколько основных этапов.

Этап 1. Постановка цели. Определение необходимости проведения бенчмаркинга.

Этап 2. Поиск объекта бенчмаркинга. Выявления лучших практик среди лидирующих организаций.

Этап 3. Сбор необходимых данных в соответствии с выявленной целью бенчмаркинга.

Этап 4. Анализ полученной информации.

Этап 5. Применение на практике собственной организации.

В качестве источников информации могут выступать отчетность, опубликованные материалы на официальных сайтах вузов, данные Росстата, ресурсы различных ведомств и агентств и др.

Можно выделить несколько видов бенчмаркинга высших учебных заведений. (табл. 2).

Таблица 2

**Виды бенчмаркинга образовательных организаций**

Признак классификации	Вид бенчмаркинга	Характеристика вида
Статус объекта бенчмаркинга	Общий	Изучение опыта организаций, действующих вне образовательной сферы, в целях поиска инноваций.
	Конкурентный	Сравнение показателей вуза с аналогичными показателями других вузов.
	Внутренний	Сравнение деятельности структурных подразделений внутри одной образовательной организации (филиалов, факультетов, кафедр и т.д.).
	Международный	Анализ лучших практик зарубежных образовательных организаций. Как правило, применяется вследствие отсутствия баз для сравнения в своей стране, либо с целью выхода вуза на международный уровень.
Тип объекта сравнения	Стратегический	Рассматриваются стратегические решения, подходы к их выработке и реализации. Данный вид бенчмаркинга нацелен на долгосрочную перспективу.
	Процессуальный	Объектом сравнения являются непосредственно образовательные процессы. Нацелен на краткосрочные результаты.
	Бенчмаркинг показателей	Сравниваются текущие показатели конкурентоспособности вуза.
Характер проведения бенчмаркинга	Сравнительный	Измерение, оценка и сравнение конкретных показателей деятельности образовательной организации и уровня ее развития Отсутствие необходимости глобальных изменений. Основная цель – улучшение по сравнению с текущими показателями
	Процессный	Поиск лучших практик или изучение факторов, способствующих улучшению образовательного процесса. Основная цель – овладение наилучшей практикой, достижение лидерского положения

Источник: авторская, по материалам [4, с. 46; 2, с. 74].

Инструмент бенчмаркинга является наиболее эффективным и универсальным, и что важно, менее затратным, способом решения задач развития вуза. Сопоставление показателей позволяет не только найти свои слабые стороны по сравнению с конкурентами, но и выделить факторы и причинно-следственные связи, причины несоответствия.

В целях улучшения практики привлечения внебюджетных средств финансирования и организации финансового менеджмента в целом целесообразно применять бенчмаркинг финансовых показателей. Сущность финансового бенчмаркинга заключается в сравнении собственных финансово-экономических показателей с аналогичными показателями вузов-конкурентов. Также финансовый бенчмаркинг нацелен на изучение коммерческой деятельности вузов, т.к. она является основным источником внебюджетного финансирования. В данном случае объектом бенчмаркинга выступает вуз, который имеет устойчивое финансовое состояние.

Особенность финансового бенчмаркинга в образовательной сфере заключается в том, что основными показателями в нем выступают не прибыль и выручка, как в коммерческих организациях, а такие показатели финансового менеджмента как: показатели качества планирования, показатели финансовой устойчивости, доля внебюджетных средств в общем бюджете и др.

Для устойчивого развития вуза руководство должно исследовать динамику показателей не только своей организации, но и изучать финансово-экономические данные конкурентов, для того, чтобы своевременно отреагировать на изменения во внешней среде, пересмотреть стратегическое развитие. Финансовый бенчмаркинг позволяет в данном случае увидеть целостную картину в регионе, отследить собственное положение на рынке образовательных услуг.

Финансовый бенчмаркинг позволяет ответить на следующие вопросы:

- насколько сравниваемые показатели отличаются друг от друга?
- каким образом сократить разницу между показателями?
- что стало причиной отставания?
- каковы возможности для улучшения и развития?

Посредством систематического мониторинга финансовых показателей конкурентов возможно выявление причинно-следственных связей и факторов, влияющих на финансово-экономическое состояние образовательной организации.

При организации процесса бенчмаркинга вуз может столкнуться с некоторыми трудностями. Во-первых, если вуз не имеет опыта в сфере бенчмаркинга, то первоначально данный процесс может стать для него затратным. Во-вторых, опыт лучших вузов не всегда может быть применен к своему вузу. В-третьих, бенчмаркинг требует вовлечения всего персонала, а если сотрудники вуза сопротивляются, не готовы к риску, то такой процесс не будет эффективным.

Волгоградский государственный технический университет (ВолгГТУ) является лидирующим вузом в Южном федеральном округе и имеет устойчивое финансово-экономическое развитие. ВолгГТУ может стать объектом проведения бенчмаркинга в регионе для других вузов Волгоградской области. По данным Мониторинга-2016 ВолгГТУ имеет финансовые и экономические показатели выше средних показателей не только в регионе, но и в стране.

Таблица 3

**Показатели финансовой деятельности ВолгГТУ**

№ п/п	Наименование показателя	Единица измерения	Значение показателя
1	Доходы образовательной организации из средств от приносящей доход деятельности в расчете на одного НПП	тыс. руб.	1 161,35
2	Доля доходов из средств от приносящей доход деятельности в доходах по всем видам финансового обеспечения (деятельности) образовательной организации	%	52,13
3	Отношение средней заработной платы НПП в образовательной организации (из всех источников) к средней заработной плате по экономике региона	%	164,88
4	Доходы образовательной организации из всех источников в расчете на численность студентов (приведенный контингент)	тыс. руб.	236,52

Источник: по материалам [1].

Несмотря на то, что бенчмаркинг в России в настоящее время не распространен в образовательной сфере, его внедрение может стать полезным и положительно повлиять на уровень развития высшего образования. Для того чтобы иметь возможность применять технологию бенчмаркинга на практике среди российских вузов, необходимо сформировать не только методологические указания,

но и по примеру зарубежных стран, создавать и развивать объединения организаций для обмена необходимой и полезной информацией, которая станет ресурсной базой для бенчмаркинга. Применение бенчмаркинга финансовых показателей позволяет адаптировать опыт ведения финансово-экономической деятельности ведущих вузов в регионе, а также совершенствовать при этом качество предоставляемых образовательных услуг, что в итоге приводит к развитию образовательной организации и повышению уровня ее конкурентоспособности.

#### Литература

1. Министерство образования и науки Российской Федерации, Главный информационно-вычислительный центр: офиц. сайт [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://indicators.miccedu.ru/monitoring/> (дата обращения: 01.03.2017).
2. Сидорова Е.Е. Бенчмаркинг как способ совершенствования инфраструктуры поддержки малого предпринимательства / Е.Е. Сидорова // Бизнес. Образование. Право. Вестник Волгоградского института бизнеса. – 2010. – № 2. – С. 73–78.
3. Сидорова Е.Е. Институциональное обеспечение развития предпринимательской организации: бенчмаркинг: монография / Е.Е. Сидорова; М-во образования и науки Российской Федерации, Волгоградский гос. технический ун-т. – Волгоград, 2010. – 176 с.
4. Симоненко Е.С. Бенчмаркинг как инструмент идентификации конкурентных преимуществ вуза / Е.С. Симоненко // Известия Юго-Западного государственного университета. – 2013. – № 6-1 (51). – С. 43–50.
5. Харламова, Е.Е. От социалистического соревнования к бенчмаркингу: эволюция обмена передовым опытом в России / Е.Е. Харламова // Экономика и предпринимательство. – 2014. – № 4 (Ч. 2). – С. 248–251.
6. Харламова, Е.Е. Теория и методология эффективного управления динамичным развитием образовательной организации: монография / Е.Е. Харламова; ВолгГТУ. – Волгоград, 2015. – 159 с.
7. Цифровой материал к итогам работы коллектива ВолгГТУ в 2016 г. – Волгоград, 2017. – 28 с.

УДК 33

**М.М. Арсланова, студент**

*Научный руководитель: Е.Н. Лепяхова, канд. социол. наук, доцент  
г. Ставрополь, Северо-Кавказский федеральный университет*

## УСТОЙЧИВОЕ РАЗВИТИЕ КОРПОРАЦИИ КАК ОДНА ИЗ ОСНОВНЫХ ЦЕЛЕЙ УПРАВЛЕНИЯ ФИНАНСАМИ

Основу экономик большинства стран мира составляют корпорации. При этом данный термин может соответствовать экономическим субъектам с самыми разными характеристиками — с точки зрения масштабов, структуры, приоритетов в развитии.

Устойчивое развитие (англ. sustainable development – постоянно поддерживаемое развитие) – это развитие, при котором достигается удовлетворение жизненных потребностей ныне живущих людей и для будущих поколений сохраняется возможность удовлетворять свои потребности. Следовательно, в рамках данного процесса эксплуатация природных ресурсов, направление инвестиций, ориентация научно-технического развития, развитие личности и институциональные изменения согласованы друг с другом и укрепляют нынешний и будущий потенциал для удовлетворения человеческих потребностей и устремлений.

Под термином «корпорация» может пониматься:

- объединение нескольких фирм в целях совместного решения сложных задач бизнеса;
- крупная фирма или, в ряде случаев, холдинг, включающий несколько дочерних структур;
- политический субъект с унифицированной системой хозяйствования и принятия решений – на уровне города или даже государства [2].

Но чаще всего под корпорацией понимается именно холдинг либо объединение бизнесов, иногда, монополистических (например, в виде картелей). Корпоративные отношения между учредителями соответствующего хозяйствующего субъекта, а также их партнерами, обычно устанавливаются на уровне гражданско-правовых и трудовых соглашений. Чем более эффективным будет юридическое обеспечение деятельности корпорации, тем более успешной она будет в бизнесе, во взаимодействии с конкурентами.

Руководствуясь теорией стратегического менеджмента можно отметить, что окружающая среда организации, а также ее возможности и стратегический потенциал представляет собой ничто иное как ее стратегическую нишу на рынке.

Важнейшее условие эффективного развития корпорации – наличие правил, которых рекомендуется придерживаться ее сотрудникам при реализации своих интересов. Характеризуются они

обычно высокой степенью централизованности. Можно отметить, что особенности финансов различных видов корпораций имеют, в принципе, то же свойство. Они управляются вышестоящими структурами фирмы, ключевые решения по их распределению принимаются топ-менеджерами компании.

Нормы в корпорации, как правило, устанавливаются на уровне локальных нормативных актов. Но это не всегда так. Вполне возможно, что они будут носить неформальный характер, передаваться от одного участника корпорации к другому устно, но соблюдаться строго. Можно отметить, что в одних корпоративных структурах будут более значимыми официальные нормы, в других — те, что правильнее отнести к неформальным. Это зависит от национальных традиций в государстве, в котором зарегистрирована компания, от политики владельцев, топ-менеджеров фирмы, от специфики сегмента, в котором организация развивается.

Наиболее оптимальным вариантом будет являться тот, который будет сочетать в себе равенство возможностей корпорации условиям окружающей среды. В данном случае особое внимание следует обратить на ее финансовые возможности в рамках финансовой среды корпоративного предпринимательства. Если корпорация обладает хорошими возможностями и потенциалом, чтобы соответствовать и удовлетворять запросы окружающей среды, то в данном случае эффективность ее функционирования будет иметь тенденцию к росту, а также корпорация сможет получить возможность занять достойную позицию на рынке. В худшем случае корпорация, которая переоценила свои возможности, не в силах будет отвечать по своим обязательствам и удовлетворять своих потенциальных клиентов [4].

В зависимости от стадии жизненного цикла корпорации финансовая среда корпоративного предпринимательства может изменяться, однако исчезнуть она не может. Ее можно и нужно формировать, изменять и при необходимости подстраиваться под нее.

Микросреда корпоративного предпринимательства — это приближенные к деятельности корпорации условия и факторы, а макросреда, соответственно, представляет собой условия и факторы, формируемые на макроуровне.

Согласно второй точке зрения финансовая среда корпоративного предпринимательства состоит из следующих структурных элементов:

- внешняя финансовая среда непрямого влияния (условия и факторы, формируемые на макроуровне, например, финансовая политика, проводимая государством);
- внешняя финансовая среда непосредственного влияния (условия и факторы, возникающие при взаимодействии с поставщиками и покупателями, контрагентами и т.д., влияющие в свою очередь на деятельность корпорации);
- внутренняя финансовая среда (условия и факторы, способствующие формированию и выбору организации и форм финансовой деятельности корпорации для достижения поставленных целей).

Рассмотрев различные точки зрения на сущность финансовой среды корпоративного предпринимательства можно сформировать собственное мнение, касаясь данного вопроса. Итак, финансовая среда корпоративного предпринимательства — это среда в сфере экономики, политики, праве и других областях, представляющая собой совокупность сил и хозяйствующих субъектов, функционирующих в рамках данной среды, которые оказывают воздействие на процесс функционирования корпорации [1].

Корпорация представляет собой организацию, которая пользуется правами юридического лица. Ее сила и мощь — в объединении множества долевых капиталов, находящихся в управлении у небольшой группы людей.

Финансовый механизм состоит из пяти элементов, которые являются взаимосвязанными:

1. Финансовые методы. Сюда относят способы влияния хозяйственные процессы при использовании денежных средств путём создания целевых фондов. Формирование финансов предприятия является главной целью использования данных методов. Их особенность заключается в том, что они определяют основание, на котором строится всё остальное.

2. Финансовые рычаги. Это действия, направленные на достижение желаемой цели.

3. Правовое обеспечение. Включает в себя постановления, приказы, законодательные акты и иную подобную документацию.

4. Нормативное обеспечение. Сюда относят инструкции, тарифные ставки, разъяснения, методические указания и подобные данные.

5. Информационное обеспечение. Сюда относят экономические, коммерческие, финансовые и иные данные, что представляют ценность в каждом конкретном случае. Так, в качестве объектов может выступать информация о платежеспособности, финансовой устойчивости, денежных курсах и так далее [5].

Если же выработка финансовой политики и её адаптация к правовым реалиям не сопровождается внесением поправок на сферу деятельности и импортно-экспортное направление, то, независимо от надёжности внутренних и внешних источников дохода, риск финансовой дестабилизации возрастает, а эффективность управления снижается.

Для их организации необходимо придерживаться следующих постулатов:

1. Поддерживать заинтересованность в конечных результатах работы.
2. Создавать финансовые резервы.
3. Ответственность.
4. Деление финансов на свои и кредитные.
5. Выполнение возложенных обязательств перед бюджетом.
6. Финансовый контроль деятельности и использования средств.
7. Самостоятельность.
8. Самофинансирование.

Принципы финансов предприятий строятся на соблюдении баланса интересов частного предпринимателя и государства. При отклонении от них предусмотрены рычаги влияния, которые позволяют вернуть систему в первоначальное состояние [3].

Таким образом, на протяжении длительного времени в качестве цели управления финансами рассматривали максимизацию прибыли, т.е. достижение некоторого желаемого уровня прибыли, позволяющего удовлетворить собственников. Однако она не позволяла максимально использовать экономический потенциал корпорации, поскольку в погоне за сиюминутной выгодой наемный управляющий не думал о будущих перспективах развития.

#### **Литература**

1. Анализ классификаций источников финансирования деятельности организации с точки зрения их практического применения / О.С. Немыкина // Вестник Томского государственного университета. Экономика. – 2012. – № 3 (19). – С. 60–67.
2. Брейли Р., Майерс С. Принципы корпоративных финансов / пер. с англ. Н. Барышниковой. – М.: ЗАО «Олимп-Бизнес», 2010.
3. Гапликова Д.С. Понятие «корпорация» в зарубежной и российской теории и практике // Молодой ученый. – 2016. – № 15. – С. 286–288.
4. Герасименко О.А., Орлов А.А. Источники финансирования как ключевой элемент устойчивого финансового развития корпорации // Молодой ученый. – 2016. – № 1. – С. 335–340.
5. Герасименко О.В. Оценка финансовой устойчивости организации в контексте эффективного управления финансовыми ресурсами / О.В. Герасименко // Экономика и управление: анализ тенденций и перспектив развития. – 2014. – № 12. – С. 187–190.

**УДК 331.1**

***А.В. Архипова, магистрант***

*Научный руководитель: А.С. Иванов, канд. экон. наук, доцент  
г. Волгоград, Волгоградский государственный университет*

## **О ПРАВОВЫХ ВОПРОСАХ АТТЕСТАЦИИ КАДРОВ В ОРГАНИЗАЦИЯХ**

Аттестация персонала является эффективно действующим инструментом, который позволяет работодателю определить наличие у работников достаточной квалификации на основе оценки их трудовой деятельности (например, проверка деловых качеств и уровня знаний) а, следовательно, оценить их соответствие выполняемой работе или занимаемой должности.

Аттестация работников заключается в «периодической комплексной проверке и оценке уровня личностных, моральных и деловых качеств работника, необходимых для выполнения трудовой функции или конкретного вида поручаемой работы и закреплённых в нормативных правовых актах, содержащих нормы трудового права» [6].

В российских правовых актах реализован широкий подход к определению понятия «аттестация», который подразумевает не только аттестацию субъектов (работник, работодатель, лицо, претендующее на присвоение ученой степени и звания), но и аттестацию объективных явлений (к примеру, рабочее место, производимая продукция и т.п.). Стоит отметить, что среди ученых нет общего мнения по поводу критериев, которые могли бы лежать в основе такого деления. К тому же, наблю-



даются также различия в определении понятия «аттестация», в содержании ее целей, задач, а так же принципов проведения.

Можно выделить следующие признаки, которые являются характерными для аттестации работников:

- аттестация всегда вытекает из трудового правоотношения;
- субъектом аттестации является работник определенной категории, которые перечислены в нормативных правовых актах об аттестации;
- проведение аттестации носит периодичный характер;
- процесс аттестации осуществляется в определенной организационно-правовой форме;
- результаты аттестации всегда должны иметь определенные правовые последствия для аттестуемого (для работника);
- аттестация работников является одним из средств подбора и ротации кадров;
- в основе аттестации кадров всегда лежит специальный правовой акт;
- аттестация носит обязательный характер для работника;
- проведение аттестации осуществляется в организации, с которой у сотрудника заключен трудовой договор или в другой, как правило, специализированной на аттестации кадров организации;
- объектом проверки является практическая и теоретическая подготовленность работника, его способность выполнять определенную работу или занимать определенную должность [4].

В современных условиях аттестация кадров получает широкое распространение. В настоящее время это не только проверка соответствия работника предъявляемым требованиям. Создаются специальные аттестационные центры для проверки знаний профессиональных групп граждан, например менеджеров, бухгалтеров, воспитателей, финансовых управляющих и финансовых экспертов или для аттестации отдельных видов деятельности.

Поэтому в настоящее время можно говорить о новом качественном этапе аттестации, который характеризуется массовым подходом к этому вопросу. Этот подход связан с проведением проверок на компетентность и профессионализм, а так же на пригодность к работе в рыночных условиях. Научно-технический прогресс, новые технологии требуют непрерывного повышения квалификации работников. «Стимулирует это повышение, – как отмечают К.Н. Гусов и В.Н. Толкунова в своей работе, – аттестация работников» [3].

В данной статье речь пойдет о слабых сторонах правового регулирования в сфере проведения аттестации кадров, а также будут рассмотрены возможные пути разрешения данных проблем.

Объектом исследования в данной статье являются правоотношения, складывающиеся в процессе аттестации кадров в организации.

Предметом исследования является совокупность правовых норм трудового законодательства Российской Федерации, посредством которых осуществляется правовое регулирование аттестации персонала.

Целью данной статьи является проведение анализа правовых вопросов, связанных с аттестацией кадров.

Для достижения цели в работе были поставлены следующие задачи:

- определение понятия и правового значения аттестации кадров;
- определение места правовых норм, которые регулируют аттестацию персонала, в системе трудового права;
- выявление характерных особенностей аттестации персонала;
- выделение принципов и функций правового регулирования аттестации;
- выявление существующих проблем в области правового регулирования аттестации кадров;
- разработка возможных мероприятий, направленных на разрешение выявленных проблем.

Методологической основой исследования являются такие методы познания, как метод системного и структурного анализа, законы формальной логики, метод перехода от общего к частному и пр.

Правовую основу настоящего исследования составили Конституция Российской Федерации, Трудовой Кодекс РФ, федеральные законы.

Научная новизна исследования заключается в том, что статья представляет собой не проводившееся в недавнее время исследование такой значимой категории трудового права, которая имеет большое теоретическое и практическое значение для функционирования рынка труда в современном мире, как аттестация кадров.

Научно-практическая значимость данного исследования заключается в том, что содержащиеся в данной статье выводы и предложения могут быть использованы в процессе совершенствования Трудового кодекса РФ, и прочих актов, содержащих нормы трудового права.

Итак, говоря о месте аттестации в российском праве, следует отметить межотраслевой характер аттестации кадров. Институт аттестации не входит в состав ни одной из традиционных отраслей права, при этом, его отдельные нормы имеют отражение в нескольких отраслях, и прежде всего, в трудовом праве.

Независимо от широкого распространения на практике такого института трудового права, как аттестация кадров и наличие нескольких специальных правовых актов в данной области, заметна необходимость его нормативного закрепления в кодифицированном законодательном акте [5, с. 70].

Непринятие единого правового акта, который позволял бы решать комплекс вопросов, относящихся к аттестации персонала, размывает определение данного понятия и формы проведения аттестации, при этом неопределенными остаются его роль и место как в системе отношений, определенных ч. 2 ст. 1 ТК Российской Федерации [1], так и в структуре самого ТК РФ.

В процессе разрешения отраслевых задач, которые направлены на поддержание высокого уровня квалификации работников, проблема, связанная с качеством рабочей силы в РФ, по-прежнему не разрешена.

Одной из проблем в сфере правового регулирования аттестации кадров является то, что аттестация кадров должна быть отражена в Трудовом Кодексе РФ, так как аттестация является составной частью вышеуказанного института. Независимо от того, что аттестация сотрудников организаций предусмотрена некоторыми правовыми актами, подробное отражение в Трудовом кодексе РФ данный вопрос не получил.

Второй проблемой является тот факт, что аттестация обязана быть охвачена всеми уровнями правового регулирования: коллективно-договорным, локальным, нормативным [5, с. 71]. Так, экспертиза отдельных категорий работников может быть объяснена производственными особенностями. Следовательно, закреплённые общие условия и правила проведения аттестации кадров должны описываться в актах, которые будут применяться работодателями и работниками в рамках конкретного предприятия.

В связи с отсутствием законодательного правового акта, который касался бы аттестации персонала, можно выделить еще одну проблему. Данная проблема заключается в отсутствии перечня прав и обязанностей работодателя и работника [5, с. 72]. В качестве подтверждения можно представить действующий Трудовой кодекс Российской Федерации, а именно, ст. 81 говорит об аттестации работников. Однако такого полномочия не закреплено в ст. 22 Трудового кодекса РФ, которая предусматривает права и обязанности работодателя [1]. В большой степени необходимо проработать те гарантии, на которые может рассчитывать работник, который прошел успешно процедуру аттестации. Так, это может выражаться в том, что с каждым работником, который успешно прошел процедуру аттестации и был отмечен поощрением, должен быть заключен дополнительный договор, который фиксировал бы изменения правового статуса работника. Необходимость и значимость такого договора продиктована ч. 2 ст. 197 Трудового кодекса РФ [1], которая предусматривает заключение такого соглашения между работником и работодателем в случае профессиональной подготовки и повышения квалификации [2].

Еще одной важной проблемой является локализации аттестации работников, которая проявляется в том, что процедура проведения аттестации работника полностью подчинена воле работодателя. Так как правовое регулирование исходит именно от работодателя, это исключает возможность участия в разработке положений, относящихся к аттестации кадров, работников, а также их представителей. Таким образом, работодатель единолично устанавливает нормативные правила проведения процедуры аттестации кадров, решая при этом трудовую судьбу работников по итогам прохождения их. Проверку профессиональных качеств работников осуществляет специальная комиссия, состав которой определяется приказом работодателя. Тем самым, перед работодателями открылась возможность проводить аттестацию по своему разумению, что в некоторых случаях может привести к произвольному сокращению персонала организаций.

Для решения и устранения вышеперечисленных проблем можно предложить следующее: необходимо осуществить легализацию аттестации в Трудовом Кодексе посредством дополнения раздела IX ТК РФ, который предусматривает профессиональную подготовку, переподготовку и повышение квалификации работников, специальной главой, которая будет посвящена процедуре аттестации кадров. При этом необходимо отразить в данной главе понятие аттестации, цели ее проведения, этапы, методы, а также общие условия, касающиеся организации данной процедуры. Помимо этого, в этой же главе целесообразно закрепить перечень прав и обязанностей работодателя и работника, который будет включать в себя такие положения, как полномочия сторон трудового договора, связанные с аттестационными процессами [5, с. 72].

Помимо этого, на мой взгляд, необходимо расширить перечень принимаемых аттестационной комиссией решений. В настоящее время предусмотрено, что аттестационная комиссия принимает решение о соответствии либо о несоответствии занимаемой должности. По итогам прохождения аттестации комиссия принимает решение, согласно которому сотрудник, прошедший аттестацию с незначительными замечаниями, имеет право на исправление недостатков, которые были выявлены в процессе аттестации. Это может способствовать совершенствованию и развитию компетентных и высококвалифицированных кадров.

В результате написания данной статьи автор пришел к следующим теоретическим выводам и предложениям по совершенствованию законодательства о труде, связанного с вопросом аттестации кадров.

В ходе изучения темы было выявлено, что:

- существует разобщенность нормативных актов, связанных с аттестацией кадров. Для решения этой проблемы предлагается включение вопросов, связанных с аттестацией кадров, в Трудовой Кодекс.

- существует проблема локализации аттестации работников, решением которой может служить расширение перечня принимаемых аттестационной комиссией решений.

Итак, роль аттестации заключается в том, что аттестацию кадров можно считать основной юридической формой проверки и оценки необходимых компетенций работника. В то же время, аттестация способствует постоянному выявлению наиболее профессиональных и высококвалифицированных кадров.

#### Литература

1. Трудовой кодекс Российской Федерации. ФЗ от 30 декабря 2001 г. (с изм. и доп.) N 197-ФЗ // Российская газета. № 256 от 31 декабря 2001 г.
2. Комментарий к Трудовому кодексу Российской Федерации / Под ред. К.Н. Гусова. – М.: ООО «ТК Велби», 2003. – 688 с.
3. Гусов К.Н., Толкунова В.Н. Трудовое право России: Учебник. М., 2003.
4. Верстунина Л.В., Гусов К.Н., Полетаев Ю.Н. Правовое регулирование труда прокурорских работников в Российской Федерации: Научно-практическое пособие. Издательство «Проспект», 2014. – 195 с.
5. Юдина Е.А., Комилов А.Х. Проблемы правового регулирования в сфере проведения аттестации работников [Текст] // Юридические науки: проблемы и перспективы: материалы II междунар. науч. конф. – Пермь: Меркурий, 2014. – С. 71–73.
6. Чочуа Г.Г. Правовые проблемы аттестации работников в условиях рынка труда: дис. ... канд. юрид. наук [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.dissercat.com/content/pravovye-problemy-attestatsii-rabotnikov-v-usloviakh-rynka-truda#ixzz4LUgHup33>

УДК 332.146.2

**А. Ауелбек, студент**

*Научный руководитель: Л.К. Мухамбетова, канд. экон. наук, доцент  
г. Астана, Казахстан, Казахский университет экономики, финансов и международной торговли*

## РЕГУЛИРОВАНИЕ РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В РЕГИОНЕ

Современный Казахстан рассматривают как страну, которая находится на стадии перехода от экономики, движимой факторами, где результат зависит от увеличения использования труда и финансов, к экономике, движимой эффективностью. Тем не менее, республика, по-прежнему, остается в основном ресурсной страной.

Выбор конкретных приоритетов и проектов научно-технической и инновационной политики для реализации важнейших направлений индустриально-инновационной модернизации требует глубоко обоснованного стратегического подхода. С этой целью за последние годы был принят ряд нормативно-правовых документов, в числе которых важное место занимают Государственная программа «Развитие регионов» (2011 г.), Программа развития регионов до 2020 года (2014 г.) [3, с. 3]. Эти программные документы направлены в первую очередь на решение серьезной проблемы, на протяжении многих лет остающейся неразрешимой, – проблемы существующих диспропорций в развитии регионов.

Толевский район Южно-Казахстанской области, до 1991 года называвшийся Ленгерским районом, был образован в 1932 году. В районе расположены известный заповедник Аксу-Жабаглы, Сайрам-Угамский национальный парк, детский оздоровительный центр «Тау самалы», санаторий

«Бургулюк», зона отдыха «Альтекс», горнолыжная база. В последние годы стал увеличиваться поток туристов из дальнего и ближнего зарубежья, чему способствует уникальная природа и благоприятный климат региона.

Административным центром Тoleбийского района является город Ленгер. По состоянию на 01.01.2017 год в Тoleбийском районе проживает 133080 человек, из которых 81,2% составляют сельские жители. Регион в основном заселен казахами, узбеками и русскими.

Таблица 1

**Показатели уровня жизни населения Тoleбийского района Южно-Казахстанской области**

Показатели	Год			Отклонение 2016 г. от 2014 г.	
	2014	2015	2016	(+,-)	%
Численность граждан, находящихся на грани бедности, человек	166	593	232	66	139,8
Численность граждан, находящихся на грани бедности (в% от всех жителей),%	0,6	0,5	0,2	-0,4	33,3
Число семей, находящихся на грани бедности, человек	49	118	63	14	128,6
Число семей, находящихся на грани бедности (в% от всех семей),%	0,5	0,5	0,2	-0,3	40,0

В соответствии с таблицей 1, число жителей района, по уровню жизни находящихся на грани бедности, увеличилось на 39,8%. Однако доля этой категории граждан в общей численности жителей региона уменьшилась в 3 раза. Похожая ситуация наблюдается с числом семей, находящихся на грани бедности. Их доля в общем количестве семей, проживающих в районе, снизилась в 2,5 раза [1, с. 7].

В соответствии с таблицей 2, за последние годы средний уровень заработной платы работников в целом по Тoleбийскому району увеличился незначительно (на 3,3%). При этом в связи с повышением курса доллара и, как следствие, обесценением национальной валюты, покупательская способность населения снизилась почти в 2 раза. Рост средней заработной платы в целом по району произошел преимущественно за счет промышленности, где оплата труда выросла на 50,5%.

Таблица 2

**Средняя заработная плата работников Тoleбийского района в разрезе отраслей, тенге**

Показатели	Год			Отклонение 2016 г. от 2014 г.	
	2014	2015	2016	(+,-)	%
Финансово-кредитная деятельность	61455	53729	61789	334	100,5
Промышленность	38148	41604	57404	19256	150,5
Транспорт и связь	54196	51363	50112	-4084	92,5
Строительство	60432	61268	57549	-2883	95,2
Сельское хозяйство	47291	45217	43284	-4007	91,5
В среднем по Тoleбийскому району	52304	50636	54028	1724	103,3

Если в 2014–2015 годах наиболее высокая средняя заработная плата была характерна для работников финансовой сферы и строительства, то в 2016 году к ним добавились работники, занятые в промышленности. Рост заработной платы в промышленности произошел отчасти в связи с реализацией Государственной программы индустриально-инновационного развития. При этом оплата труда в сельском хозяйстве остается традиционно самой низкой.

Таблица 3

**Основные экономические показатели Тoleбийского района**

Показатели	Год			Отклонение 2016 г. от 2014 г.	
	2014	2015	2016	(+,-)	%
Объем произведенной продукции, млрд тенге	73,6	21,7	60,2	-13,4	81,8
Валовой региональный продукт в расчете на душу населения, тыс. тенге	548	216	358,7	-189,3	65,5
Объем промышленной продукции, млн тенге	20432,9	22131	21554,8	1121,9	105,5
В том числе:					
– продукция, произведенная перерабатывающей промышленностью, млн тенге	19241,5	20484	20030,5	789,0	104,1
Объем сельскохозяйственной продукции, млн тенге	18698,3	20669,8	24781,8	6083,5	132,5
В том числе:					

– продукция животноводства	11922	13207,5	14877,5	2955,5	124,8
– продукция растениеводства	6776,3	7462,3	9904,3	3128,0	146,2
Инвестиции в основной капитал, млн тенге	18728,6	12450	7600	-11128,6	40,6
Объем товарооборота, млн тенге	15140,4	16529	12514,8	-2625,6	82,7

В соответствии с таблицей 3, объем произведенной продукции в Тoleбийском районе имеет тенденцию к снижению. Но наибольший спад производства продукции наблюдается в 2015 году, что связано с экономической ситуацией в стране. В связи с уменьшением объемов произведенной продукции и увеличением численности жителей региона региональный валовой продукт в расчете на душу населения сократился на 34,5% и стал составлять 358,7 тыс. тенге на человека. Причем в общем объеме валового продукта Южно-Казахстанской области доля валового продукта Тoleбийского района не превышает 14% и имеет тенденцию к снижению.

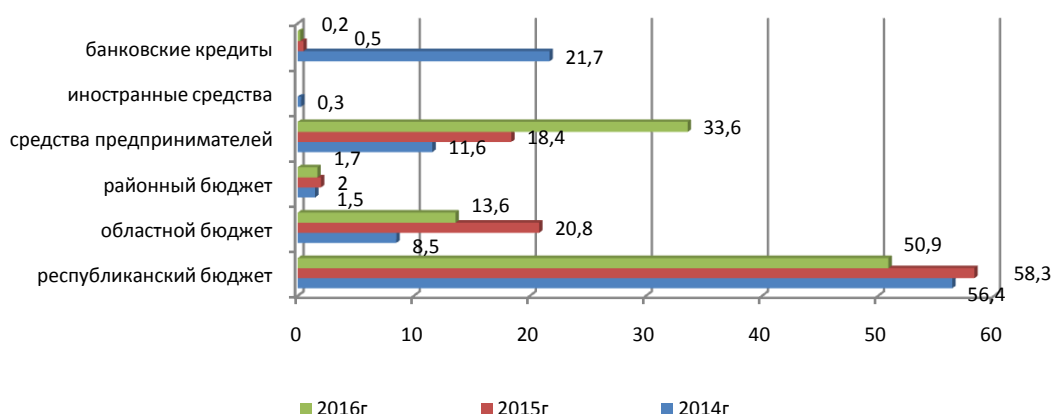
В соответствии с таблицей 4, в течение 2014–2016 годов на 5,9% уменьшилось количество субъектов малого и среднего бизнеса и на 7,4% сократился объем произведенной ими продукции и оказанных услуг [2, с. 26]. Такая ситуация связана с тем, что в условиях экономического кризиса многие индивидуальные предприниматели и владельцы малого бизнеса стали закрывать свое дело и переходить в наемные работники.

Таблица 4

**Основные показатели предпринимательства в Тoleбийском районе Южно-Казахстанской области**

Показатели	Год			Отклонение 2016 г. от 2014 г.	
	2014	2015	2016	(+,-)	%
Объемы произведенной продукции и оказанных услуг в сфере малого и среднего бизнеса, млн тенге	41594	43651	38526	-3068	92,6
Численность занятых в предпринимательской деятельности, человек	13959	15366	14624	665	104,8
Число субъектов малого и среднего предпринимательства, единиц	7457	7879	7019	-438	94,1
В том числе агроформирований, единиц	4053	3746	3746	-307	92,4
из них:					
- производственные кооперативы	35	48	48	13	137,1
- ТОО	117	128	128	11	109,4
- фермерские хозяйства	3901	3570	3570	-331	91,5

Среди субъектов малого и среднего бизнеса примерно половину составляют предприятия, функционирующие в сельском хозяйстве. Причем 95-96% агроформирований представлены крестьянскими хозяйствами. Правда, из-за сложных условий деятельности в сельском хозяйстве, недостаточной поддержки со стороны государства их число начиная с 2015 года стало уменьшаться. Среди малых предприятий незначительную часть составляют предприятия промышленного сектора, перерабатывающие и строительные предприятия, а также предприятия транспорта и связи.



**Рис. 1. Структура источников инвестиций в развитие Тoleбийского района, %**

В соответствии с рисунком 1, половину инвестиционных поступлений Тoleбийский район получает из республиканского бюджета. Правда, доля инвестиций из этого источника начала снижаться. В 2014 году предприятия региона активно привлекали банковские займы, доля которых составляла 21,7% от всех инвестиций. Однако в последующие годы предприятия стали значительно меньше

обращаться к банковским кредитам, так как ухудшение макроэкономической ситуации в стране отразилось на их хозяйственной деятельности. Да и банковский сектор ужесточил гарантийные требования при выдаче кредитов, численность которых сократилась в разы. В связи с чем основным источником инвестирования оказались собственные средства предпринимателей, их доля увеличилась в 3 раза.

На основе финансирования целевых инвестиционных программ государство регулирует развитие предпринимательской деятельности в регионе. Так, только в 2014 году в рамках программы форсированного индустриально-инновационного развития в Тoleбийском районе было реализовано 6 проектов на общую сумму 4984,6 млн тенге. Это такие проекты как: строительство битумного завода, модернизация завода по производству мороженого, обновление имеющегося завода по производству битумной продукции, обновление действующего завода по производству кисло-молочной продукции, строительство оздоровительного центра и горного курорта.

В рамках реализации программы «Развитие регионов» из республиканского бюджета было выделено 82621 тыс. тенге. Эти средства использовались на ремонт дорожного покрытия в сельских округах, текущий ремонт водопроводной сети, освещение улиц в селах и районном центре. Кроме того, в Тoleбийском районе реализуются программы «Индустриальная карта», «Дорожная карта бизнеса – 2020», одним из основных объектов которых является строительство индустриальной зоны на 66 га земли [4, с. 6].

Вместе с тем, в Тoleбийском районе осуществляются программы, финансируемые из бюджета Южно-Казахстанской области:

1. Программа «Сыбага» направлена на приобретение крупного рогатого скота для крестьянских хозяйств. Однако в связи с недофинансированием запланированные показатели не были выполнены на 33,8%.

2. Программа «Кулан» нацелена на увеличение в хозяйствах Тoleбийского района поголовья лошадей. Но запланированные показатели не были выполнены на 9,1%, поскольку из областного бюджета средства не были выделены полностью.

3. Программа «Алтын асык» направлена на увеличение в регионе поголовья породистого скота с высокими качественными характеристиками. План по приобретению овец элитных пород был перевыполнен, но только на 1,2%.

Из республиканского и областного бюджета выделяются средства на финансирование программ, направленных на развитие социальной сферы. К примеру, в рамках программы «Доступное жилье» в 1 микрорайоне города Ленгер построен 5-этажный дом на 60 квартир. На строительные и ремонтные работы в школах израсходовано 3942,2 млн тенге, но с каждым годом объемы недофинансирования увеличивались. На строительство объектов здравоохранения средства в основном выделяются из республиканского бюджета, в общей сумме финансирования его доля стала превышать 90%.

Таким образом, одной из главных проблем, как и прежде, остается вопрос финансирования предпринимательской деятельности. Благодаря государственной поддержке в регионе реализуется ряд программ, в том числе социального значения. Свой вклад в решение вопроса финансирования предпринимателей вносят кредитные организации и фонды. Без сомнения, гарантийные фонды и фонды поддержки малого и среднего предпринимательства частично решают проблему с доступностью финансирования. Однако деятельность такого рода структур является точечной и не может в полной мере удовлетворять потребности малого бизнеса в инвестициях. Думается, что проблему инвестиционного обеспечения малого предпринимательства в регионе может решить лизинг, получивший, как известно, широкое распространение в мировой практике, и не используемый в Тoleбийском районе. Очевидно, что стимулирование развития рынка основных фондов позволит малым предприятиям эффективно использовать лизинг оборудования, бывшего в употреблении. В конечном итоге это может привести к ускорению инновационных процессов в промышленности и повысит конкурентоспособность регионального бизнеса.

#### Литература

1. Годовой отчет Акимата Тoleбийского района Южно-Казахстанской области. – Ленгер, 2016. – 35 с.
2. Отчет департамента предпринимательства Акимата Южно-Казахстанской области. – Шымкент, 2016. – 79 с.
3. Постановление Правительства Республики Казахстан «Об утверждении Программы развития регионов до 2020 года»; утв. 28 июня 2014 года.
4. Постановление Правительства Республики Казахстан «Об утверждении Программы «Дорожная карта бизнеса 2020»; утв. 31 марта 2015 года.

## **ЦЕНОВАЯ ДИСКРИМИНАЦИЯ: ВИДЫ, УСЛОВИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ, ПОСЛЕДСТВИЯ ДЛЯ ОБЩЕСТВЕННОГО БЛАГОСОСТОЯНИЯ**

Актуальность темы ценовой дискриминации обусловлена тем, что это явление в современном мире достаточно распространено. Данную тему исследовали множество ученых таких, например, как французский экономист Жюль Дюпюи, английский ученый Дионис Ларднер и многие другие [3].

Цель данной статьи заключается в исследовании такого явления как ценовая дискриминация, ее видов, условий эффективности и тех последствий, которые она несет для общественного благосостояния.

Для начала рассмотрим, что же такое ценовая дискриминация. Ценовая дискриминация - это такое явление в экономике, при котором товар, произведенный одним предпринимателем, продается (или покупается) разным покупателям по разной цене. Это явление, как уже было указано выше, достаточно распространено в современном мире в условиях рыночной экономики. Ведь, в настоящее время мы не можем представить себе отношения без гибкой ценовой политики, которая довольно часто предполагает персональный подход к клиенту при определении цены на какой-либо товар или услугу. Современное ценообразование основано на использовании ценовой дискриминации. Это экономическое явление не является нарушением законодательства, но только в тех случаях, когда она не предполагает за собой применения в качестве критериев дифференциации таких показателей, как гендерные, расовые и религиозные различия, которые нарушают права человека, и когда она не влечет за собой нарушение антимонопольного законодательства страны.

Сам термин ценовой дискриминации ввел в оборот английский экономист Артур Пигу в 1920 году. В своей работе «Экономическая теория благосостояния» он выделил три степени (вида) этого явления [3]. Рассмотрим их подробнее.

Ценовая дискриминация первой степени, или совершенная ценовая дискриминация предполагает под собой такую ситуацию, когда фирма устанавливает свою цену на каждую продаваемую единицу товара так, чтобы эта единица товара продавалась как раз по денежной оценке ее предельной полезности для какого-либо потребителя. Таким образом у потребителя не остается потребительского излишка вообще, потому что он весь уходит в прибыль фирмы. В данном случае наблюдается максимальное поглощение потребительского излишка фирмой и из-за этого этот вид ценовой дискриминации называют совершенным [2, с. 487].

Ценовая дискриминация первой степени в современном мире практически неосуществима, потому что, во-первых, сама фирма не знает, какую цену готов заплатить какой-либо покупатель за их товар, а, во-вторых, назначить для каждого покупателя свою цену невозможно. Но в истории все же встречались случаи, когда ценовая дискриминация первой степени все же осуществлялась. Например, случай с сервисом AshampooSoftware. Данный сервис предлагал своим клиентам самостоятельно устанавливать цену за программное обеспечение, при этом установив минимальный порог цены. В тех случаях, когда цена, предложенная клиентом, оказывалась меньше минимальной, появлялся «обиженный» скрипт: «Это предложение слишком низкое. Пожалуйста, введите приемлемую цену» [1]. Но, как правило, примеры совершенной ценовой дискриминации существуют в индивидуальной предпринимательской деятельности. Например, возьмем услуги какого-либо психолога, который практикует свою деятельность в довольно маленьком городке. Если в данном городе он является единственным представителем своей профессии, т.е. монополистом, то он может разным клиентам (потребителям его услуг) назначать цены за свои услуги индивидуально, в зависимости от располагаемой им информации о доходах его клиентов.

Следующим видом является ценовая дискриминация второй степени [2, с. 491]. Она выражается в том, что цены товаров зависят от объема покупки. Здесь имеет место нелинейное ценообразование, т.е. ситуация, когда расходы потребителя на покупку товара будут непропорциональны покупаемому объему, а зависят от того, какую схему изменения цены выбрал продавец [2, с.492]. Ценовая дискриминация второй степени включает в себя такие составляющие как количественные скидки, качественную дискриминацию, связанные продажи, продажу товаров наборами и временную дискриминацию. Часто данный вид ценовой дискриминации проводится в виде сочетания не количества, а качества товара с определенной ценой набора. Целью такого сочетания является стимулирование

самоотбора покупателей, т.е. вынудить имеющих средства для оплаты высокого качества товара в действительности отдать эти деньги [2, с. 495].

Данный вид ценовой дискриминации является в современное время очень популярным. Существует множество примеров этому ценовой дискриминации второй степени. Например, в магазинах лидера специализированной розничной торговли мужской одеждой Men's Wearhouse можно встретить предложение, согласно которому один костюм можно приобрести по цене \$299, а два костюма – за \$500 [5].

Также этот подход можно встретить в фармацевтических компаниях. Например, компания GOLDPHARMA установила цены за 24 таблетки – \$29,08, а 96 – всего за \$60,15 [5].

И, наконец, ценовая дискриминация третьей степени, которая выражается в существовании на рынке различных групп потребителей с различными ценовыми предпочтениями, при котором фирма для разных групп потребителей назначает разные цены на единицу товара, руководствуясь при этом принципом максимизации прибыли, приравнивая предельные издержки выпуска товара к предельной выручке от продажи для соответствующей категории покупателей [2, с. 495].

Существует множество примеров ценовой дискриминации третьей степени. Ярким примером данной ценовой дискриминации может служить случай в 1996 г. с известной в настоящее время компанией «Victoria's Secret», которая рассылала разным сегментам потребителей каталоги с разными ценами на одни и те же товары. Когда одна из клиенток, посчитавшая действия компании противозаконными, обратилась в суд, она проиграла данное дело, потому что «использование стратегии гибких цен в розничной торговле совершенно законно» [5]. Также примерами могут служить скидки для студентов и пенсионеров в различных отраслях, например, проезд на транспорте, покупка лекарств и т.п.

Существуют несколько условий эффективности ценовой дискриминации [3]. К ним относят:

1. Наличие у продавца монопольной власти. Действительно, ведь только монопольная власть дает продавцу возможность самостоятельно устанавливать цены на товар. Но в настоящее время в практике ценообразования монопольная стратегия не применяется; многие фирмы весьма ограничено используют её в условиях олигополии или даже на рынках несовершенной конкуренции. На рынках совершенной конкуренции использовать ценовую дискриминацию не удастся, потому что продавец будет лишь «ценополучателем», а не «ценообразователем». Попытка установить для кого-либо более высокую цену будет грозить продавцу снижением объема продаж в данной категории.

2. Существование возможности деления рынка на сегменты, которое можно провести по различным критериям, среди которых выделяются уровень доходов покупателей, социальный статус, регион проживания, возраст, уровень образования привычки. Для того чтобы ценообразование было эффективным, необходимо выделить несколько групп покупателей, в каждой из которых эластичность спроса по цене должна быть отличной от этого же показателя в другой группе. Если в выделенной группе эластичность спроса по цене является высоким, то такой группе нужно предлагать товар дешевле, чем для тех, чей спрос слабо эластичен. Именно так можно разделить рынок на несколько частей, в каждой из которых цена будет максимизировать прибыль

3. Отсутствие возможности перепродажи товара. Ведь если покупатель из сегмента с низкими ценами решит перепродать товар в сегмент с более высокими ценами, то ценовая дискриминация становится неэффективной. Продажи товара в сегментах с высокими ценами значительно снизятся из-за произошедшей спекуляции. И именно из-за этого условия ценовая дискриминация применяется эффективно и довольно широко в сфере услуг.

Рассмотрим теперь последствия ценовой дискриминации для общественного благосостояния, выражающегося в сумме излишков потребителей и производителей. Из-за того, что первый и второй тип ценовой дискриминации сопровождается увеличением выпуска продукции и снижением цены, происходит увеличение излишек покупателей [4]. Последствия ценовой дискриминации третьей степени для общественного благосостояния можно подразделить на две ситуации:

- 1) Если в результате осуществления ценовой дискриминации третьей степени происходит образование еще одной группы покупателей, например, если образовалась отдельная группа покупателей данного товара, для которой единая монопольная цена была слишком велика, то в таком случае последствия будут такими же как при ценовой дискриминации первой и второй степени [4].

- 2) Ситуация, при которой товар по одной, единой цене доступен группам покупателей с различной эластичностью спроса, а монополия устанавливает на рынке различные цены для каждой из групп покупателей, находящихся на рынке, в целях максимизации прибыли, тогда рост цен сопровождается снижением общественного благосостояния. Это объясняется тем, что при проведении ценовой дискриминации третьей степени уменьшается объем продаж покупателей с неэластичным спро-



сом и увеличиваются продажи покупателям с эластичным спросом. В результате уменьшение потребительских излишков у покупателей с неэластичным спросом превышает рост потребительских излишков у покупателей с эластичным спросом [4].

Таким образом, подводя итоги всей работе, можно сказать о том, что ценовая дискриминация является довольно распространенным явлением в современном мире. Она особенно широко применяется в сфере услуг, потому что услуги, в отличие от товара нельзя перепродать. Важной особенностью этого экономического явления является тот факт, что в современном мире ценовая дискриминация постепенно выходит из рамок монополии, распространяясь на олигополию и рынки несовершенной конкуренции.

#### Литература

1. Популярные эксперименты стратегий ценообразования [Электронные ресурсы]. URL: <http://lpgenerator.ru/blog/2013/08/21/populyarnye-eksperimenty-strategij-cenoobrazovaniya/> (дата обращения: 26.03.2017).
2. Розанова Н.М. Экономика отраслевых рынков: учеб. пособие / Н.М. Розанова. – М: Юрайт, 2010. – 906 с.
3. Хандус М.Ю. Ценовая дискриминация в рыночных условиях // Вопросы экономики и управления. – 2016. – № 5. – С. 12–15.
4. Ценовая дискриминация [Электронные ресурсы]. URL: <http://www.econgood.ru/ecogolsp-614-2.html> (дата обращения: 26.03.2017).
5. Что такое ценовая дискриминация, или Новые стратегии оптимизации продаж! [Электронный ресурс]. URL: <http://lpgenerator.ru/blog/2014/01/15/cto-takoe-cenovaya-diskriminaciya-ili-novye-strategii-optimizacii-prodazh/> (дата обращения: 26.03.2017).

УДК 339.94

**А.А. Безлепкина, аспирант**

*Научный руководитель: Л.С. Шаховская, д-р экон. наук, профессор  
г. Волгоград, Волгоградский государственный технический университет*

## ИНТЕГРАЦИОННЫЙ ДИАЛОГ ОПЕК И РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Цель создания ОПЕК (Организация стран-экспортеров нефти) – интеграционного экономического объединения (международный картель), созданного мировыми нефтедобывающими странами – стабилизация мировых цен на нефть, а также разработка и внедрение общей политики в отношении добычи углеводородов. Официальной датой объединения можно считать 14 февраля 1960 года – эта дата стала знаменательной для развития мировой экономики.

На сегодняшний день в данную организацию входят такие страны как Алжир, Ангола, Венесуэла, Габон, Иран, Ирак, Кувейт, Катар, Ливия, Объединённые Арабские Эмираты, Нигерия, Саудовская Аравия и Эквадор. На эти 13 стран приходится около 40% поставок нефти и 78% уже разведанных запасов, что составляет 2/3 всех запасов нефти мира [1].

Организация стран экспортеров нефти оказывает большое влияние на нефтяной рынок, хоть и производит всего 40% от общих объемов мировой добычи, однако страны, входящие в ОПЕК имеют в своем распоряжении около 77% разведанных мест. А такие страны как Россия, США, Великобритания, Канада, Китай и Мексика добывают около 60% нефти, правда нефтяные запасы упомянутых стран довольно быстро истощаются.

Изучение деятельности ОПЕК, а также его взаимосвязи с иностранными державами, является актуальной в наше время, особое внимание при этом стоит уделять взаимоотношениям ОПЕК и Российской Федерации (РФ), их совместному диалогу и возникающим противоречиям.

Россия – уникальный источник углеводородов и сопутствующего сырья, непосредственно оказывающий влияние на мировые рынки, поставки и установление цен, поэтому интерес со стороны ОПЕК к нашей стране предельно ясен. С 1998 года Россия участвует в сессиях Конференций стран участниц ОПЕК в роли наблюдателя, во встречах с руководителями и коллегами из стран ОПЕК, а также в совещаниях экспертов и всевозможных других мероприятиях организации. Невозможно не отметить, что именно Россия выдвинула инициативу по созданию ЭнергодIALOGа Россия-ОПЕК, в рамках которого подразумевалось заключать Соглашение (Меморандум) об ЭнергодIALOGе, уполномоченным представителем которого с российской стороны будет Министерство энергетики Российской Федерации.

Как уже было сказано, значительное влияние на деятельность организации оказывают отношения с Россией. Основным препятствием на пути к восстановлению цены на нефть является тот факт, что ОПЕК отказывается снижать объемы добычи нефти, если же и Российское государство не примет то же самое.

В 2015 году ОПЕК предлагала России войти в её состав, однако страна решила остаться наблюдателем. В частности, некоторые страны ОПЕК, прежде всего Иран, пытались привлечь в ОПЕК Азербайджан, Казахстан и Туркмению.

Саудовская Аравия, Венесуэла и Мексика предложили создать большой неформальный нефтяной альянс с участием России, в который входили бы основные экспортеры нефти, что-то похожее на большую нефтяную «восьмерку». В Венесуэле был проведен саммит ОПЕК, в котором принимали участие крупнейшие страны транспортеры, включая Россию, где обсуждались вопросы стабильности мирового нефтяного рынка, а также поиск путей взаимодействия стран ОПЕК и независимых транспортеров.

Обращаясь к исторической справке, можно сказать о том, что в 1960-е годы СССР относился к ОПЕК достаточно благосклонно, так как данная организация хорошо конкурировала с нефтяными монополиями «империалистов» в условиях активизации борьбы развивающихся стран за национальную независимость. Многие советские лидеры придерживались мнения, что «реакционный монархический режим» стран Ближнего Востока сдерживает их от того, чтобы не пойти по социалистическому пути, но этого, как показало будущее, не произошло.

Первый энергетический кризис, который был в 1973–1974 годах, помог ОПЕК оказаться на вершине мировой политики, так как нефтедобывающие страны ввели нефтяное эмбарго против стран Запада, которые были союзниками Израиля, что позволило вывести рынок нефти на новый этап развития.

Тогда СССР уже был в числе крупнейших мировых экспортеров нефти и даже подумывал вступить в ОПЕК, но Устав ОПЕК не отвечал принципам нашего государства того времени, так как имелись определенные положения, которые были абсолютно неприемлемы для закрытой плановой экономики, а также мы бы не могли бы стать членом «первого сорта», так как не входили в число стран-основателей данного альянса [2].

Помимо всего прочего, члены организации должны были обеспечивать свободу инвестиций в свою нефтяную промышленность для потребителей нефти, то есть для западных стран, а также гарантировать доходы и возврат капиталов.

Обеспечение экономической и энергетической безопасности России в значительной степени связано с характером и интенсивностью ее взаимодействия с ОПЕК. Это особенно важно в современных условиях, когда энергетическая дипломатия России активно проводит линию на одновременное сотрудничество со странами экспортерами и импортерами энергетических ресурсов. При этом, исходя прежде всего из национальных интересов, Россия вносит весомый вклад в обеспечение международной энергетической безопасности на глобальном и региональном уровнях, что содействует укреплению ее политических позиций в мире.

В начале сентября 2003 года в Москве было подписано Соглашение с Правительством Саудовской Аравии о сотрудничестве в области нефти и газа, где были установлены двусторонние контакты в нефтегазовой сфере, а также развитие в системе координат «ОПЕК – независимые производители».

А теперь давайте попробуем разобраться в вопросе, почему Россия все еще не стала полноценным членом данного альянса и стоит ли вообще нашей стране стремиться в него войти, так как мы все-таки являемся важным участником нефтяного рынка и существование ОПЕКа изначально выгодно для нас?

Первоначально, как уже известно, целью ОПЕК является регулирование мирового рынка нефти с помощью введения определенных квот на поставки, что зачастую трактуется как некий ценовой сговор, ведь данная мера не относится к рыночным мерам. Ценовые механизмы стали в какой-то степени политическими рычагами во время кризисных периодов, что, несомненно, негативно сказывается на рейтинге данной организации как картельной. При всем этом, все страны, входящие в ОПЕК, несут определенные обязательства по выполнению ими принимаемых решений, хотя можно отметить, что не всегда им следуют в полной мере.

В качестве следующего фактора можно отметить, что в 2000–2005 годах Россия, исходя из внутренних возможностей и конъюнктуры мирового рынка, увеличила добычу нефти на 45% (с 323,3 млн т до 470 млн т). Соответственно вырос и экспорт нефти и нефтепродуктов, что сыграло важную роль в стабилизации этих рынков и улучшении финансово-экономического положения на-

шей страны, а если бы мы были страной-членом ОПЕК, то вряд ли бы смогли вообще осуществить подобный рывок.

В-третьих, первые этапы истории ОПЕК ассоциируются в развитых государствах с нефтяным эмбарго 1973-го, которое повлекло за собой масштабные перемены на мировом рынке и вокруг него. В частности, усилия крупных стран по расширению роли независимых производителей нефти из стран, не входящих в ОПЕК, вызвали значительное снижение доли картеля в мировом экспорте нефти (с 86,1% в 1973 году до 50,9% в 2005-м) [3].

Исходя из выше приведенных факторов, следует вывод, что собственный путь развития Российского государства позволил стать нашей стране крупнейшим независимым производителем нефти.

Помимо всего прочего, можно вспомнить события 2006 года, когда Россия выступила в роли председателя «Большой восьмерки», а если бы мы являлись полноправным членом такой организации, как ОПЕК, то мы бы не смогли обсуждать вопросы глобальной энергетической безопасности из-за ряда обязательств перед данным нефтяным альянсом.

В последнее время серьезно обострились проблемы нефтяной безопасности, поэтому необходимо работать над отношениями производителями и потребителями энергии и наша страна играет ключевую роль в данном вопросе, так как является крупнейшим не только производителем, но экспортером нефти и газа, а так же по все большему числу параметров становится полноправным участником клуба развитых государств.

Подобно другим экспортерам нефти, не входящим в Организацию (Мексике, Норвегии, Оману и Анголе), Россия в целом одобряет усилия ОПЕК, направленные на поддержание устойчивых цен на мировом рынке, дающих возможность привлекать на долгосрочной основе масштабные инвестиции для развития нефтяной и нефтехимической отраслей.

Тем не менее, наряду с некоторой общностью интересов на внешнем рынке, различия между ОПЕК и Россией на рынке внутреннем весьма значительны. Экономика России более диверсифицирована, чем экономика стран ОПЕК, которые практически полностью зависят от нефтеэкспорта. Кроме того, в большинстве случаев экспорт нефти в этих странах контролируется государством, а то время как в России нефтяной бизнес находится в частных руках. Этим и определяется разница в подходах в экспортной политике картеля и России, что показано в таблице 1.

Таблица 1

#### Ключевые аспекты интеграционного нефтяного объединения ОПЕК и РФ

Конкурентные преимущества	Ключевые факторы успеха
<b>Общее</b>	
Влияние на сырьевой сектор экономики – нефтяной рынок	Интегрированное экономическое объединение нефтедобывающих стран
Давление на мировую политику с помощью энергетических кризисов (установление эмбарго для западных стран)	Решение глобальных проблем энергобезопасности
Стратегическое геополитическое и географическое положение	Огромный природно-ресурсный потенциал стран-участниц
Ускоренная интернационализация и глобализация	Привлечение частного капитала в промышленность
<b>Особенное</b>	
Ценовой сговор	Страны-члены несут обязательства по выполнению принимаемых ими решений
Привлечение иностранных специалистов	Контроль странами-участниками нефтеэкспорта

Таким образом, не смотря на возникающие противоречия и трудности при установлении диалога РФ и ОПЕК, очевидно, что необходимо активно развивать данный тип консолидационного взаимодействия крупнейших мировых стран-экспортеров нефти и других углеводородов с целью решения следующих глобальных проблем: ресурсоистощенности, стабилизации цен на энергоресурсы, вопросов энергобезопасности, которые очень актуальны в настоящий момент.

#### Литература

1. Официальный англоязычный сайт организации стран-экспортеров нефти ОПЕК [Электронный ресурс]. – 2017. – Режим доступа: <http://www.opec.org>
2. Дудко Д.Г. Нефтеэкспортная политика ОПЕК: Ретроспектива и современность / Д.Г. Дудко // Внешнеэкономический Бюллетень. – № 7. – 2003.
3. Ревенков В. «Газовая ОПЕК» или другие формы взаимодействия? / В. Ревенков, В. Фейгин // Россия в глобальной политике. – № 4. – 2007.

## АНАЛИЗ ПРОБЛЕМ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ НА ПРЕДПРИЯТИИ ОАО «МОЛОЧНЫЙ КОМБИНАТ «СТАВРОПОЛЬСКИЙ»

Компания ОАО «Молочный комбинат «Ставропольский» – производитель молочной продукции. Комбинат находится в Ставропольском крае, г. Ставрополе.

Предприятие занимает общую площадь в 3,8 га, в том числе на долю производственных площадей приходится 1,52 га, а непроизводственных – 2,28 га. Деятельность компании сосредоточена в первую очередь на обеспечении бесперебойного производства и сведении к минимуму или полному исключению брака продукции. Помимо основных функций, для сохранения или улучшения конкурентных позиций на рынке молочной продукции региона сотрудники производственного отдела должны постоянно сотрудничать с отделом маркетинга для получения актуальной информации по поводу объемов производства, модификаций товаров или, наоборот, ликвидации производства товаров, имеющих нулевой спрос. Такая деятельность обеспечивает ситуации, когда рынок молочных продуктов насыщен необходимыми товарами, в которых нуждаются потребители, и, одновременно, не испытывает перепроизводства, что очень важно в силу того, что данные товары являются скоропортящимися [4].

ОАО «МКС» производит и реализует продукты переработки молока: цельномолочную продукцию; сливочное масло; твердые, мягкие, рассольные и плавленые сыры; сгущенные и сухие молочные консервы; мороженное разных видов; продукты, концентраты, полуфабрикаты на базе вторичного молочного сырья; вторичное молочное сырье.

ОАО «МКС» производит и реализует продукты переработки немолочного сырья: хлеб, хлебобулочные изделия, сдобные и сухарные изделия; приправы разных видов продукты переработки растительного масла.

В условиях функционирования сложившегося рынка молочной продукции компании стараются вести социально ответственный бизнес. ОАО «Молочный комбинат «Ставропольский» не исключение: предприятие старается осуществлять экологически безопасное безотходное производство. В 2014 году комбинатом было закуплено и переработано 87,4 тыс. тонн молока, из них 28,4 тыс. тонн приобретались в частном секторе, что на 6,3% больше уровня объемов, имевших место в 2013 году.

Это составляет 40% от общего количества переработанного в крае молока (219 тыс. тонн, в том числе 90 тыс. тонн, полученных из частного сектора) на 13 действующих предприятиях отрасли [4].

Таблица 1

Основные индикаторы экономической деятельности ОАО МКС

Показатели	2012	2013	2014
Рентабельность собственного капитала%	7,07%	11,03%	10,94%
Рентабельность активов, %	2,53%	4,47%	4,25%
Рентабельность продаж, %	1,23%	1,93%	1,99%
Оборачиваемость активов, обороты	2,04	2,32	2,13

В сравнении с 2012 годом коэффициенты выросли, но в течение периода с 2013 по 2014 год рентабельность продаж незначительно снизилась, что повлияло на рентабельность активов и повлекло за собой также некоторое снижение этого показателя [2].

В настоящее время ОАО «Молочный комбинат «Ставропольский» осуществляет маркетинговую деятельность, которую правомерно трактовать как выстроенную на основе трех основных концепций: совершенствование производства, совершенствование товара, классический маркетинг.

Две первые концепции традиционны, они весьма распространены в современных экономических условиях.

Третья концепция – классического маркетинга – основывается на желаниях, потребностях вкусах и предпочтениях целевых клиентов ОАО «Молочный комбинат «Ставропольский». Примером реализации такой концепции могут служить программы по производству йогурта, изготовлению пакетов и полистироловых стаканчиков. Таким образом, в основе маркетинговой деятельности изучаемого комбината лежат принципы «маркетингового круга»: информация – анализ – цели – предпосылки – стратегия – оптимальная стратегия – действия – контроль – информация.

Ф. Вебстер в известной работе «Изменение роли маркетинга в корпорации» утверждает, что «маркетинг взаимоотношений не есть нечто новое, просто в течение длительного времени для большинства компаний он не являлся приоритетным и не входил в базовую концептуальную структуру маркетинга как научной дисциплины» [1, с. 43].

При выстраивании маркетинга взаимоотношений весьма важен учет характера связей с партнерами.

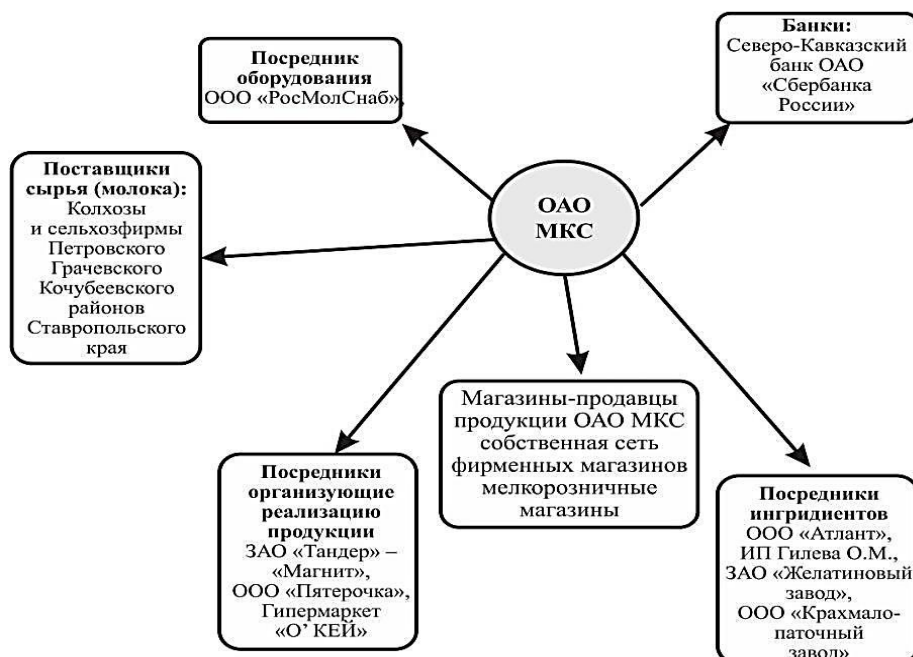


Рис. 1. Взаимосвязи ОАО МКС с рыночными структурами

Как видно, эти связи весьма многообразны, распространяются на поставщиков сырья, оборудования и материалов, а так же на магазины – продавцы продукции комбината.

В среднем комбинатом в течение месяца отгружается продукция на сумму около 50 млн руб. Всего ОАО «Молочный комбинат «Ставропольский» обслуживает более 285 частных организаций, реализаторов, 35 предприятий муниципальной торговли, 135 государственных учреждений, 17 промышленных предприятий.

На региональном рынке молочной продукции основными конкурентами ОАО «Молочный комбинат «Ставропольский» являются молочные предприятия Невинномысска, Светлограда, Изобильного, Ипатово и Армавира.

Их приход на рынки города Ставрополя объясняется, в основном, более низкими ценами. Однако в последнее время, благодаря гибкому ценообразованию, расширению ассортимента, улучшению качества продукции и другим мероприятиям, молочному комбинату «Ставропольский» удалось вытеснить своих конкурентов и увеличить свою долю рынка.

Таблица 2

Сравнительный анализ объема производства  
ОАО «Молочный комбинат «Ставропольский» с основными конкурентами

Наименования показателей	ОАО «Молочный комбинат Ставропольский»	ОАО «Буденновскмолпродукт»	ООО «Пятигорский молочный комбинат»	ОАО «Сырродел» г. Ипатово
Объем производства тыс. т., в т.ч.	140,3	109,1	122,2	71,9
– Молоко	72,3	58,5	61,6	38,4
– Кисломолочные продукты	63,9	47,8	58,6	29,7
– Масло	2,2	1,7	1,7	1,4
– Сыры	1,9	1,1	0,3	2,4
Средняя численность работников, чел.	676	450	570	200
Стоимость основных фондов, тыс. руб.	530202	51869	48563	43223
Прибыль от реализации, тыс. руб.	95716	53317	50785	30488
Коэффициент автономии	0,3	0,2	0,5	0,8
Коэф. текущей ликвидности	0,8	0,4	0,3	2,5

На региональном рынке молочной продукции основными конкурентами ОАО «Молочный комбинат «Ставропольский» являются молочные предприятия Пятигорска, Будённовска, Ипатово.

Их приход на рынки города Ставрополя объясняется, в основном, более низкими ценами. Однако в последнее время, благодаря гибкому ценообразованию, расширению ассортимента, улучшению качества продукции и другим мероприятиям, молочному комбинату «Ставропольский» удалось вытеснить своих конкурентов и увеличить свою долю рынка.

По данным таблицы 2 можно сделать следующие выводы: не смотря на, достаточно высокий объем производства и уровень прибыли от реализации по сравнению с конкурентами, ОАО «Молочный комбинат «Ставропольский» имеет достаточно низкий коэффициент автономии, что говорит о большей степени зависимости от заемных источников финансирования. Что касается коэффициента текущей ликвидности, то можно сказать, что компания имеет хорошую платежеспособность, но значительно уступает молочному комбинату ОАО «Сыродел».

Ценовая политика комбината направлена на стабилизацию цен, достижение высоких темпов роста реализации и максимальных финансовых результатов.

В связи с тем, что молочная продукция является скоропортящимся товаром, основным местом ее продажи является г. Ставрополь. На рынке города комбинат занимает лидирующее положение. Так, доля рынка по продажам пастеризованного молока составляет 66,8%, сметаны – 76,8%, творога – 77,5%. Гибкая ценовая политика, расширение ассортимента и контроль качества продукции привлекают оптовых покупателей со всего Северо-Кавказского региона (Элиста, Астрахань, Сочи, КавМингруппа и т.д.). Они осуществляют доставку продукции в свои регионы специальными машинами-термосами.

Сотрудниками МКС проведена большая работа по увеличению объемов прямых продаж. Сейчас открыты 56 фирменных магазинов, из них 42 – в пределах Ставропольского края и 7 за его пределами [4].

С другой стороны, особое внимание уделяют оптовикам, реализующим продукцию за пределами г. Ставрополя, так как с их помощью решается проблема расширения рынков сбыта. Для них предусмотрены: бесплатная погрузка; товарные кредиты; рекламная поддержка и др. помощь.

Таблица 3

**Анализ цен ОАО «Молочный комбинат «Ставропольский» и основных конкурентов за 2014 год**

Наименование продукта	«Молочный комбинат «Ставропольский» (средняя цена)	Средняя цена конкурентов		
		ОАО «Буденновскмол-продукт»	ООО «Пятигорский молочный комбинат»	ОАО «Сыродел»
Молоко	41	44	46	45
Кефир	43	45	47	45
сметана	50	50	52	52
Творог	34	45	49	39
Масло	44	50	52	54

По данным показателям смело можно сделать вывод, что ценовая политика ОАО «Молочный комбинат «Ставропольский» является довольно гибкой по отношению к рынку и основным конкурентам.

Завершающим этапом разработки и реализации любого элемента комплекса маркетинга (товарной, сбытовой, ценовой, коммуникативной политики) является оценка планируемых или уже достигнутых результатов функционирования организации, т.е. оценка эффективности. Трудности, возникающие при проведении анализа эффективности маркетинговой деятельности, вызваны рядом объективных причин: во-первых, результаты маркетинговых мероприятий не всегда можно отделить от других результатов деятельности ввиду нелинейности маркетинговых процессов и отсутствия прямой причинно-следственной связи с конечным результатом деятельности; во-вторых, период появления эффекта от проведенного мероприятия расходится с периодом возникновения затрат; в-третьих, что вытекает из первых двух, сложность применения количественных методов оценки эффективности маркетинговых мероприятий. В общем случае экономическая эффективность определяется как отношение результатов деятельности (эффекта) к затратам или расходам, вызвавшим этот эффект [3, с. 78].

Определение затрат на маркетинг представляет собой достаточно сложную задачу. Такая сложность обуславливается пониманием сущности затрат на маркетинг и способами их определения. Сущность затрат на маркетинг выражается в следующем: во-первых, они представляют собой не накладные расходы, а являются затратами, обеспечивающими реализацию товаров; во-вторых, марке-

тинговые затраты – это затраты, имеющие инвестиционный характер, которые в будущем могут принести немалые доходы. Исследуя, маркетинговую деятельность ОАО «Молочный комбинат «Ставропольский» мы определили объемы затрат на производство и выделили затраты на маркетинг на 2014 год. Данные, представленные в таблице 4, четко дают представление об имеющихся проблемах функционирования маркетинговой системы.

Затраты, которые выделяются на маркетинг составляют 0,9% всех затрат на производства, что говорит о практическом отсутствии серьезной работы в области маркетинговой деятельности [2].

Таблица 4

**Затраты на производство ОАО «Молочный комбинат «Ставропольский»**

Наименование показателя		2014	2013
1.	Материальные затраты	2745692	2657598
2.	Расходы на оплату труда	310213	304884
3.	Отчисления на социальные нужды	93464	91615
4.	Амортизация	38466	35584
5.	Прочие затраты	99976	61015
	- затраты на маркетинг (30%)	29992,8	18304,3
	Итого по элементам	3287811	3150696

По итогам данной таблицы мы наблюдаем достаточно низкий процент затрат на маркетинг, что является неблагоприятным условием для успешного развития и функционирования предприятия.

Маркетинговый анализ комбината дополнен также SWOT-анализом, позволяющим, как известно, выявлять слабые и сильные позиции компании на рынке, учитывать основные проблемы компании.

Таблица 5

**Результаты SWOT-анализа компании ОАО «Молочный комбинат «Ставропольский»**

Сильные стороны	Слабые стороны
<ul style="list-style-type: none"> <li>– Позитивная, признанная репутация компании в регионе</li> <li>– Гибкая ценовая политика</li> <li>– Использование новых безопасных технологий, в том числе безопасных с экологической точки зрения</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Нет условий для хранения скоропортящихся продуктов, как это принято в мировой практике</li> <li>– Цепочка «поставщик-производитель – посредник–потребитель» не налажена на соответствующем уровне и требует корректировки</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>– Компания является финансово-устойчивой</li> <li>– Большой охват целевых сегментов рынка</li> <li>– Высокая конкурентоспособность, в том числе в связи со слабостью конкурентов в регионе</li> <li>– Значительный кадровый потенциал</li> <li>– Нет системы переобучения кадров, включающей семинары, практикумы и т.д.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Невысокая прибыльность производства молочной продукции относительно высокие затраты</li> <li>– Непрофессиональная организация маркетинговой деятельности</li> </ul>
Возможности	Угрозы
<ul style="list-style-type: none"> <li>– Выход за пределы регионального рынка, охват более масштабной целевой аудитории, например в Ростовскую, Волгоградскую область, Республику Калмыкия</li> <li>– Организация молочно-товарного комплекса (на 2000 голов) с целью увеличения объемов продаж</li> <li>– Увеличение числа рабочих мест</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Давление западных конкурентов, расширяющих присутствие на региональном рынке (например, йогуртов)</li> <li>– Сезонные перепады поставки сырья, дефицит на сырьевом рынке (молока)</li> <li>– Относительно большая текучесть кадров по рабочим профессиям</li> </ul>

В связи с соответствующими результатами SWOT-анализа сформулированы пути совершенствования деятельности ОАО «Молочный комбинат «Ставропольский»

Таблица 6

**Основные направления совершенствования деятельности  
ОАО «Молочный комбинат «Ставропольский»**

Проблема	Стратегические действия
Нет условий для хранения скоропортящихся продуктов, как это принято в мировой практике (по ГОСТу)	Организация склада с соответствующими условиями хранения продукции
Цепочка «поставщик– производитель–посредник–потребитель» не налажена на соответствующем уровне и требует корректировки	Налаживание отношений в цепочке от поставщика сырья до потребителя на принципах доверия и взаимной выгоды. Переход на контрактную систему отношений с сетевыми

	магазинами, организующими сбыт товаров
Нет системы переобучения кадров, включающей семинары, практикумы и т.д.	Проведение обучения внутри компании в виде семинаров, деловых игр, мозговых штурмов, практикумов и т.д. Мониторинг удовлетворенности условиями труда сотрудников, стимулирование более высокой их вовлеченности во все сферы деятельности компании
Давление западных конкурентов, расширяющих присутствие на региональном рынке (например йогуртов)	Повышение качества продукции, усовершенствование рекламы использование технологий мировой практики
Сезонные перепады поставки сырья, дефицит на сырьевом рынке (молока)	Строительство фермерского хозяйства в рамках компании, налаживание отношений с поставщиками сырья для гарантии бесперебойных поставок на принципах взаимовыгодной и доверия
Непрофессиональная организация маркетинговой деятельности	Организация службы маркетинга, дополнительное введение сотрудника, обеспечивающего координацию маркетингового управления и взаимодействия всех отделов компании

#### Литература

1. Вебстер Ф. Изменение роли маркетинга в корпорации // Классика маркетинга. СПб.: СПбГУЭФ, 2013. – С. 43–45.
2. Годовой отчет ОАО «Молочный комбинат «Ставропольский»» за 2013, 2014 год.
3. Котлер Ф., Келлер К.Л. Менеджмент: экспресс-курс. СПб.: Питер; Мир книг, 2012. – С. 78–81.
4. Официальный сайт ОАО «Молочный комбинат «Ставропольский»». Режим доступа: <http://mokostav.com>

УДК 33.012.44

**П.К. Белолипская, студент**

*Научный руководитель: Г.Г. Ляскин, канд. экон. наук, доцент  
г. Новосибирск, Новосибирский государственный университет экономики и управления*

## ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ СТРОИТЕЛЬНОЙ ОТРАСЛИ ГОРОДА НОВОСИБИРСКА

Актуальность темы обусловлена тем, что строительная отрасль является базовой отраслью экономики региона, поэтому перспективы ее развития определяют динамику развития смежных отраслей. Основные тенденции развития рынка жилья в Новосибирской области в 90-е годы представлен в ряде работ [7; 8, с. 108–147; 9]. Производятся расчеты показателя «доступность жилья» для населения России и, в том числе, в Новосибирской области [10; 11, с. 83].

30 декабря в мэрии подвели итоги развития строительной отрасли в Новосибирске в 2016 году. Строительная отрасль города устояла в кризис и уверенно работает, однако необходимо пересмотреть ее стратегию развития, не стремиться за рекордами и сделать акцент на качестве строительства, увеличив объем сдаваемого в строй жилья «под ключ».

«В 2016 году в городе возведено 1414 жилых здания (129 многоэтажных, 36 малоэтажных и 1056 индивидуальных) общей площадью 1 млн 530 тыс. 500 кв. м» – рассказал начальник управления архитектурно-строительной инспекции мэрии Новосибирска Анатолий Мотыга. Это составило 109% от контрольных показателей, утвержденных губернатором.

Вместе с тем Анатолий Мотыга заметил, что в Новосибирске слишком высок объем сдаваемого в строй жилья «под самоотделку», что в конечном итоге серьезно влияет на качество строительных работ. Он предложил руководителям строительных компаний повысить процент сдаваемого жилья «под ключ».

По определенным критериям специалистами по недвижимости был составлен рейтинг застройщиков г.Новосибирска. В ТОП-10 застройщиков г.Новосибирска входят ГК «ПТК-30», СП ООО «Сибкадемстрой», ЗАО «Строитель», ООО СК ВИРА-Строй, ГК «Стрижи», ИСК «Союз», ООО СК «Метаприбор», ГК «Капитал Инвест», ЗАО «Береговое» [1].

Губернатор Новосибирской области Владимир Городецкий в своем выступлении в целом высоко оценил успехи новосибирских строителей в уходящем году: «Отрасль демонстрирует готовность к развитию с тем, чтобы быть востребованной на рынке. Думаю, что это самый главный показатель.



Укрепляется стройиндустрия, появляются новые, интересные строительные решения, растет внимание к благоустройству жилых комплексов».

Говоря о задачах отрасли в наступающем 2017 году, Владимир Городецкий обратил внимание на необходимость более широкого включения строительных организаций области в осуществление программ капитального ремонта регионального жилого фонда. Также глава региона отметил, что разворачивающаяся в Новосибирской области программа строительства и реконструкции школьных зданий является дополнительным импульсом для строительного комплекса [14].

Несмотря на все положительные стороны, к сожалению, существует обратная сторона медали. Строительная отрасль находится в состоянии рецессии без очевидных признаков выхода. Динамика основных финансовых показателей сохраняется в отрицательном положении, среди которых доступность заемных средств и инвестиционная активность. Новосибирские застройщики убеждены, что завершение программы субсидирования процентной ставки по ипотеке в условиях падения доходов населения приведет к ухудшению ситуации на рынке новостроек. Ведь до 40% квартир в сданных в эксплуатацию домах остаются непроданными.

Темой обсуждения членов некоммерческого партнерства «Региональный деловой клуб строителей», объединяющего крупных участников регионального рынка, стало состояние и перспективы развития предприятий строительного комплекса Новосибирска. «Строительство оказалось одной из самых проблемных среди базовых отраслей экономики Новосибирской области в 2016 году» – высказался президент регионального отраслевого объединения работодателей «Саморегулируемая организация строителей Сибирского региона» Александр Савельев. Инвестиции в основной капитал в строительстве упали за девять месяцев текущего года на 62,9% к аналогичному периоду прошлого года [1].

По итогам девяти месяцев 2016 года Новосибирск сократил ввод жилья на 23% по сравнению с аналогичным периодом прошлого года – до 953,4 тыс. кв. м. Ранее сообщалось, что в 2016 году ввод жилья составит 1,35 млн кв. м. В 2015 году город прирос рекордными 1,71 млн кв. м (132 многоквартирных дома и 1464 малоэтажных и индивидуальных строения) [1]. Последний раз падение объемов ввода жилья в Новосибирске наблюдалось в 2009 году (–12,9%). По итогам 2015 года Новосибирская область заняла шестое место в стране по вводу жилья в расчете на одного жителя – 0,94 кв. м. Лидером по этому показателю стала Тюменская область – 1,4 кв. м [1].

Вместе с Александром Савельевым разделяет точку зрения генеральный директор строительной компании «Энергомонтаж» Иван Сидоренко. Он утверждает, что существующие заделы на строительном рынке Новосибирска оцениваются в 4 млн кв. м. «При том сокращении строительных площадок, которое наблюдается в последние годы, и сложившихся на рынке темпах строительства, можно предположить, что уже в 2018 году застройщики столкнутся с тем, что физически не смогут сдать не то, что 1,5 млн кв. м, а и 1 млн кв. м будет достижением, – говорит господин Сидоренко. – Если еще несколько лет назад мы в течение года начинали строить пять–шесть новых домов, то в этом году только три объекта. Столько же планируем и в 2017 году» [1].

Вместе с сокращением частных инвестиций, эксперты обращают внимание на уменьшение бюджетного финансирования на рынке жилищного строительства. Если в 2010 году расходы федерального и областного бюджетов составляли 8,2% рынка новостроек, а к расходам муниципального бюджета относилось 4% квартир, то сегодня в обоих случаях речь идет только об 1%. Снижение доли государства на строительном рынке – это негативная тенденция. Во-первых, это значит, что объемы социального жилья сокращаются. Во-вторых, государство не в полной мере вкладывает в строительство жилья, тем самым недостаточно поддерживает развитие отрасли [1].

В «СРО строителей Сибирского региона» отмечают, что строительная отрасль – единственный сектор экономики Новосибирской области, где за девять месяцев 2016 года зафиксировано падение номинальной начисленной заработной платы на 6%, до 21,5 тыс. руб. при средней в регионе – 28,8 тыс. руб. [1]. Впрочем, при общем росте номинальных доходов в регионе, покупательная способность новосибирцев с каждым месяцем падает. Динамика реально располагаемых денежных доходов населения за январь–октябрь 2016 года к аналогичному периоду 2015 года составила минус 6,6%. При этом средняя заработная плата в Новосибирской области существенно отстает не только от среднероссийских показателей (35,4 тыс. руб.), но и от ряда регионов СФО, среди которых Томская область (34,9 тыс. руб.) и Красноярский край (37,3 тыс. руб.).

При опросе крупных застройщиков было выявлено, что до 40% квартир в сданных в эксплуатацию домах не проданы. «Ситуация с количеством нереализованного жилья у каждой строительной компании своя. Но то, что проблема перепроизводства на новосибирском рынке новостроек остается актуальной – это факт. Сейчас у нас в продаже находятся четыре дома. В двух из них проданы почти

все квартиры, в остальных осталось реализовать около 20% жилья», – говорит Иван Сидоренко [1]. «Сегодня непроданными остаются 5–7% квартир. И это количество, конечно, не является для нас проблемой», – подчеркивает генеральный директор ООО «Новосибирск «СтройМастер» и «Новосибирск СтройМастер-К» Вера Коновалова. Она оценила долю «бартерных квартир» в общем объеме сданного компанией жилья в 15–20% [1].

«Строительная отрасль только входит в кризис из-за высокой инерционности процессов, но и выбираться из него она будет так же медленно и долго, – прогнозирует Александр Савельев. – Если говорить о 2017 году, то в оптимистичном варианте мы останемся на уровне 2016 года, а в пессимистичном – упадем еще на 15–25%, это моя оценка» [1].

Несмотря на большой объем непроданных площадей, цена за квадратный метр не снижается. В результате исследования конкурентной среды установлено, что рынок жилищного строительства в г. Новосибирске имеет олигополистическое строение, что также оказывает влияние на рыночную цену жилья [13, с. 20]. Циклические колебания спроса определяют в свою очередь склонность отраслей к концентрации, протекающей в различных форма – от координации цен до создания в отрасли картеля [2, с. 98; 6, с. 88]. Строительная отрасль является высококонцентрированной, что свидетельствует о склонности фирм к согласованию ценовой политики на рынке [3, с. 35; 5, с. 119; 12, с. 98]. В этой связи особую значимость принимают вопросы антимонопольного регулирования [4, с. 244].

Восстановление спроса на новосибирском рынке жилой недвижимости бизнес ожидает не ранее второй половины 2018 года. Этому, в частности, будет способствовать снижение темпов строительства в 2017 году. Считается, что квартиры, на которые сегодня нет платежеспособного спроса, будут проданы в течение полутора–двух лет. «Падение рентабельности на рынке неизбежно приведет к уходу случайных игроков, которые переориентируются на другие виды экономической деятельности. Снижение объемов ввода жилья сбалансирует рынок, и тогда начнется рост продаж», – уверен Иван Сидоренко. «Помимо низкого платежеспособного спроса, инфраструктура города не поспевает за строительством. Это инженерные сети, дороги, образовательные учреждения. Если же темпы окажутся выше, город может столкнуться с необоснованным демпингом, а значит, и ростом числа обманутых дольщиков», – объяснил господин Сидоренко.

Впрочем, Александр Савельев видит возможность «разогнать» темпы строительной отрасли даже в условиях кризиса. «Первый „денежный мешок» – активы банков. Их суммарный объем равен 74 трлн руб., на инвестиции в 2015 году направлено всего 1,1 трлн руб. На долю строительных компаний в кредитном портфеле банков приходится всего 3% от объема займов, выданных в первом полугодии 2016 года, – говорит эксперт. – Второй „денежный мешок» – сбережения самих граждан. Население страны накопило около 30 трлн руб. в России и до \$700 млрд за рубежом. Использование даже небольшой части этих средств на инвестиционные цели, особенно на строительство жилья, могло бы дать значительный источник для развития отрасли. Только по СФО совокупные накопления населения превысили 1,6 трлн руб.».

Как бы то ни было, председатель комитета по строительству, жилищно-коммунальному комплексу и тарифам Законодательного собрания Новосибирской области, основатель компании «Первый строительный фонд» Майис Мамедов прогнозирует уже через год–полтора рост цен на новостройки на 15–20%. «С одной стороны, такая перспектива нас радует, с другой стороны – есть опасность возникновения на рынке турбулентности, которой хотелось бы избежать. Но то, что жилье снова будет востребовано, даже не сомневаюсь. Более 60% населения страны нуждаются в улучшении жилищных условий», – подчеркнул господин Мамедов [1].

#### Литература

1. Кичанов М. Строители запаслись терпением // Коммерсант Сибири [Электронный ресурс]. URL: <http://www.kommersant.ru/doc/3177655> (дата обращения: 19.03.2017).
2. Любященко С.Н., Мамонов В.И. Рыночная концентрация в условиях группирования предприятий и экономическая эффективность // Вестник НГУЭУ. – 2013. – № 3. – С. 92–106.
3. Любященко С.Н. Оценка уровня экономической концентрации и результаты функционирования рынка // Научно-технические ведомости Санкт-Петербургского государственного политехнического университета. Экономические науки. Санкт-Петербург: СПбГПУ, 2006. – № 6. – С. 34–38.
4. Любященко С.Н. Тенденции структурной концентрации в отраслях промышленности в условиях кризиса // Наука. Промышленность. Оборона: Труды X Всероссийской научно-технической конференции / под ред. В.Е. Левина, В.И. Мишнева. 2009. – С. 244–247.
5. Lyubiyaschenko S.N. Globalization as a cause of transformation of the structure of Russian industry // North-East Asia Academic Forum. China, 2013. – С. 118–123.
6. Мамонов В.И., Любященко С.Н., Бородин В.А. Динамика структурной концентрации и ее влияние на показатели деятельности промышленных предприятий // Вестник НГУЭУ. 2012. – № 4. – С. 92.

7. Руди Л.Ю., Тропникова Т.А. Аренда жилья как способ повышения его доступности // Л.Ю. Руди, Т.А. Тропникова // Инвестиции, строительство и недвижимость как материальный базис модернизации и инновационного развития экономики: Материалы Пятой Всероссийской научно-практической конференции с международным участием: в 2 частях / под ред. Т.Ю. Овсянниковой. 2015. – С. 166–170.
8. Руди, Л.Ю. Трансформация жилищных отношений в России: теория и практика: дис. ... д-ра экон. наук / Руди Людмила Юрьевна. – Новосибирск, 1998. – 285 с.
9. Руди, Л.Ю. Формирование рынка жилья: тенденции и перспективы (региональный аспект) / Л.Ю. Руди. – НГАЭУ: Новосибирск, 1997. – 166 с.
10. Тропникова, Т.А. Методические проблемы расчета индикаторов доступности жилья в Новосибирской области / Т.А. Тропникова // Актуальные вопросы экономических наук. 2008. – № 2. – С. 50–56.
11. Тропникова, Т.А. Проблемы доступности жилья для населения Новосибирской области / Т.А. Тропникова // Качество и полезность в экономической теории и практике: Материалы VII Всероссийской научно-практической конференции с международным участием / Отв. ред. В.А. Сибирцев; Новосибирский государственный университет экономики и управления. – 2014. – С. 83–85.
12. Чепунова С.Н. Оценка уровня структурной концентрации и результаты функционирования рынка: дис. ... канд. экон. наук. – Новосибирск, 2004. 125 с.
13. Чепунова С.Н. Оценка уровня структурной концентрации и результаты функционирования рынка: автореф. дис. ... канд. экон. наук. Новосибирск, 2004. 29 с.
14. Фокин М. Строительство-2016 в Новосибирске: жилье «под самоотделку» снижает качество [Электронный ресурс]. URL: <http://vn.ru/news-stroitelstvo-2016-v-novosibirske-zhile-pod-samoodelku-snizhaet-kachestvo/> (дата обращения: 27.03.2017).

**УДК 336.7**

***Е.О. Беспалова, студент***

***Д.Р. Баетова, канд. пед. наук, доцент***

*г. Омск, Омский государственный аграрный университет им. П.А. Столыпина*

## **МЕТОДИКА АНАЛИЗА ФИНАНСОВОГО СОСТОЯНИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ**

Под финансовым состоянием понимается способность предприятия финансировать свою деятельность. Оно характеризуется обеспеченностью финансовыми ресурсами, необходимыми для нормального функционирования предприятия, целесообразностью их размещения и эффективностью использования, финансовыми взаимоотношениями с другими юридическими и физическими лицами, платежеспособностью и финансовой устойчивостью.

Финансовое состояние представляет собой совокупность показателей, отражающих наличие, размещение и использование финансовых ресурсов. Цель анализа состоит не только, и не столько в том, чтобы установить и оценить финансовое состояние предприятия, но также и в том, чтобы постоянно проводить работу, направленную на его улучшение. Анализ финансового состояния показывает, по каким конкретно направлениям надо вести эту работу. В соответствии с этим результаты анализа дают ответ на вопрос, каковы важнейшие способы улучшения финансового состояния предприятия в конкретный период его деятельности. Таким образом, главная цель анализа финансового состояния предприятия состоит в своевременном выявлении и устранении недостатков в финансовой деятельности, в нахождении резервов улучшения финансового состояния предприятия и его платежеспособности [1].

При этом необходимо решить следующие задачи:

- на основе изучения причинно-следственной взаимосвязи между разными показателями производственной, коммерческой и финансовой деятельности дать оценку выполнения плана по поступлению финансовых ресурсов и их использованию с позиций улучшения финансового состояния предприятия;
- прогнозирование возможных финансовых результатов, экономической рентабельности, исходя из реальных условий хозяйствования и наличия собственных и заемных ресурсов, разработка моделей финансового состояния при разнообразных вариантах использования ресурсов;
- разработка конкретных мероприятий, направленных на более эффективное использование финансовых ресурсов и укрепление финансового состояния предприятия;
- разработка предложений по финансовому оздоровлению предприятия.

Для различных категорий пользователей или субъектов финансового анализа наибольший интерес представляют различные, соответствующие их профессиональным и финансовым интересам, разделы анализа. Для налоговой инспекции необходимо, в первую очередь, знание таких финансовых

показателей как прибыль, рентабельность активов, рентабельность реализации и другие показатели рентабельности [4].

Для кредитующих банков важна платежеспособность и ликвидность активов предприятия, то есть возможность покрыть свои обязательства быстро реализуемыми активами. Эту информацию дает исследование величины и динамики коэффициентов абсолютной и текущей ликвидности.

Для партнеров по договорным отношениям (поставщиков продукции и ее потребителей) в первую очередь важна финансовая устойчивость предприятия, то есть степень зависимости своей хозяйственной деятельности от заемных средств, способность предприятия маневрировать средствами, финансовая независимость предприятия.

Для акционеров и инвесторов в первую очередь представляют интерес показатели, влияющие на доходность капитала предприятия, курс акций и уровень дивидендов.

Таким образом, каждый пользователь финансового анализа наибольшее внимание уделяет именно нескольким определенным показателям, хотя для более глубокого исследования и обоснованных выводов необходимо, безусловно, проведение финансового анализа по всем разделам для получения объективной и всесторонней картины или диагноза финансового состояния предприятия [4].

Как было сказано ранее, в настоящее время в нашей стране разработано множество методик анализа финансового состояния предприятия, базирующихся на зарубежном опыте, с использованием показателей стран с развитой рыночной экономикой. Издано множество публикаций по финансовому менеджменту и финансовому анализу. Но в одних работах авторы просто знакомят читателя с зарубежными методиками, а другие, основываясь на отечественной системе учета и отчетности, изменяя и корректируя эти методики, применяют к нашей экономике [3].

Наиболее полно и обстоятельно методика анализа финансового состояния предприятия изложена в учебном пособии Абдукаримова И.Т., но применительно к старому плану счетов. Именно поэтому применение этой методики у начинающего исследователя может вызвать затруднения [1].

В учебнике под редакцией Савицкой Г.В. все показатели объединены в несколько компактных групп, что уменьшает объем работы. Но они не достаточно полно характеризуют все сферы хозяйственной деятельности предприятия. За основу для целей анализа финансового состояния предприятия эти методики брать не следует, хотя в чисто ознакомительном плане они довольно поучительны [5].

Методика Сигидова Ю.И. изложена подробно и доступно для читателя. Последнее издание этой методики переработано применительно к новому плану счетов, что позволяет применять ее к анализу финансового состояния предприятия уже без затруднений. Часть показателей этой методики можно использовать в анализе финансового состояния предприятия. Кроме того, в данной публикации изложена методика комплексного анализа и рейтинговой оценки предприятий, которая также будет частично использована в анализе [6].

Этими же достоинствами обладает и методика, разработанная Басовским Л.Е., Луновой А.М. Кроме того она описана еще более доступным для понимания способом, так как в ней используются формулы без математических обозначений более легкие для восприятия. Авторы предлагают читателю свою программу аналитических работ, которые могут проводиться в два этапа: «предварительная оценка или экспресс-анализ финансового состояния; детализированный анализ финансового состояния». Финансовое состояние предприятия по этой методике определяется с помощью анализа структурных сдвигов в имущественном положении предприятия при помощи аналитических таблиц и финансовых коэффициентов. Коэффициенты объединены в группы показателей:

- показатели ликвидности;
- показатели финансовой устойчивости;
- показатели оборачиваемости капитала;
- показатели рентабельности [2].

Данная методика доступна, понятна и позволяет в полном объеме оценить финансовое состояние предприятия по следующим направлениям:

- общая оценка динамики статей активов и пассивов;
- анализ имущественного положения;
- анализ финансовой устойчивости;
- анализ оборачиваемости средств предприятия;
- анализ рентабельности капитала и продаж;
- анализ эффективности производства;
- анализ безубыточности (эффект производственного рычага);
- анализ кредитоспособности предприятия;

- анализ ликвидности предприятия и ликвидности его баланса;
- экспресс-анализ финансового состояния;
- детализированный анализ финансового состояния предприятия.

По всем указанным разделам проводится горизонтальный анализ финансовых и экономических показателей, то есть сравниваются показатели за ряд анализируемых лет, отслеживается динамика показателей во времени. В каждом разделе вычисляются темпы роста показателей и финансовых коэффициентов за последний период.

Автор Новашина Т.С. в своем учебнике применяет балльную оценку финансовой устойчивости предприятия [4].

Алгоритм проведения балльной оценки финансовой устойчивости:

- выбор показателей финансовой устойчивости анализируемой организации;
- ранжирование показателей в баллах;
- оценка этих показателей в зависимости от их фактических значений;
- выявление условий снижения или повышения оценки;
- расчет общей суммы баллов финансовой устойчивости;
- определение класса финансовой устойчивости.

Изучив и проанализировав существующие методики, можно сказать, что во всех методиках применяются «условные» показатели одинаковые по сущности, что универсальной методики нет. Для анализа финансового состояния предприятия необходимо наиболее значимые коэффициенты и показатели вышеизложенных методик объединить в сводную методику.

#### Литература

1. Абдукаримов И.Т., Беспалов М.В. Анализ финансового состояния и финансовых результатов предпринимательских структур: Учебное пособие / И.Т. Абдукаримов, М.В. Беспалов. – М.: НИЦ Инфра-М, 2013. – 215 с.
2. Басовский Л.Е., Лунева А.М., Басовский А.Л. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности: учебное пособие / Л.Е. Басовский, А.М. Лунева, А.Л. Басовский. – М.: Изд. Инфра-М, 2015. – 222 с.
3. Дмитренко Е.А., Юсова Ю.С., Пецевич В.В. Экономический анализ: учебное пособие для студентов, обучающихся по направлению подготовки 38.03.01 – Экономика (профиль – Финансы и кредит) / Е.А. Дмитренко, Ю.С. Юсова, В.В. Пецевич; М-во с/х РФ, Омский гос. аграр. ун-т, кафедра финансов и кредита. – Омск: Изд-во ОмГАУ, 2016. – 183 с.
4. Новашина Т.С. Финансовый анализ: учебное пособие / Т.С. Новашина. – М.: МФПА, 2015. – 192 с.
5. Савицкая Г.В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия: учеб. пособие / Г.В. Савицкая. – 7-е изд., испр. – Мн.: Новое знание, 2015. – 704 с.
6. Сигидов Ю.И. Методика анализа финансового состояния и оценка потенциальности банкротства сельскохозяйственных организаций: Монография / Ю.И. Сигидов и др. – М.: Изд. Инфра-М, 2015. – 120 с.

УДК 330

**Е.А. Бешикок, студент**

*Научный руководитель: А.Ю. Аджиева, канд. экон. наук, доцент  
г. Краснодар, Кубанский государственный аграрный университет им. И.Т. Трубилкина*

## ИПОТЕЧНОЕ КРЕДИТОВАНИЕ В РОССИИ И ЗА РУБЕЖОМ

Впервые термин «ипотека» появился в Древней Греции в самом начале VI века до нашей эры. Древние греки обозначали таким образом форму долговой ответственности перед кредитором. На земле должника устанавливался столб с надписью, гласящей о том, что данная земля обеспечивает хозяйский долг. Этот столб и называли «ипотекой», что в переводе с древнегреческого означает не что иное, как «подставка», «подпорка». Также еще в Древнем Египте залог земли был известным механизмом, обеспечивающим исполнение обязательства.

В нашей жизни ипотека – это одна из многочисленных форм залога, подразумевающая закладывание недвижимого имущества, которое, все же, остается во владении и пользовании должника. В случае невыполнения должником своего обязательства, кредитор получает право на денежное удовлетворение за счет продажи заложенного имущества.

Ипотечное кредитование – несколько иной термин, означающий выданный банком кредит под залог недвижимости. Одной из составляющих ипотечной системы РФ является ипотечный кредит. В таком случае, при получении банковского кредита на приобретение недвижимого имущества, само купленное жилье поступает в залог банку. Это есть гарантия возврата должником кредита.

Относительно жилищной сферы, ипотека является некой системой долгосрочных банковских кредитов, с помощью которых люди могут купить квартиру или дом на первичном или вторичном рынке недвижимости. Благодаря ипотеке, россияне могут уже приобрести недвижимое имущество и начать им пользоваться, отдавая только первоначальный взнос. В этом заключается основное преимущество ипотечного кредита.

В 2017 году условия ипотеки станут значительно доступнее, что подтверждают прогнозы чиновников. Восстановление экономики и стабилизация финансовой системы позволят удешевить кредитные ресурсы. Возобновление докризисных темпов кредитования станет основным драйвером развития рынка недвижимости [3, с. 5].

#### **Оптимистичная динамика**

Ипотечное кредитование традиционно является основным драйвером роста для рынка недвижимости. С началом экономического кризиса данный инструмент стал менее доступным – произошло значительное повышение ставок, что увеличило стоимость заемных средств. Кроме того, финансовые учреждения повысили минимальный размер первоначального взноса, что стало дополнительным барьером для желающих приобрести собственное жилье.

Негативные ожидания населения стали дополнительным фактором, который привел к обвалу количества выданных кредитов по итогам прошлого года. В 2016 года рынок ипотечного кредитования демонстрирует устойчивые положительные тенденции. За первые 6 месяцев банковские структуры выдали кредитов на 446,1 млрд руб. Данный показатель на 10% уступает докризисным показателям 2014 года, однако практически в 1,5 раза превосходит итоги 2015 года.

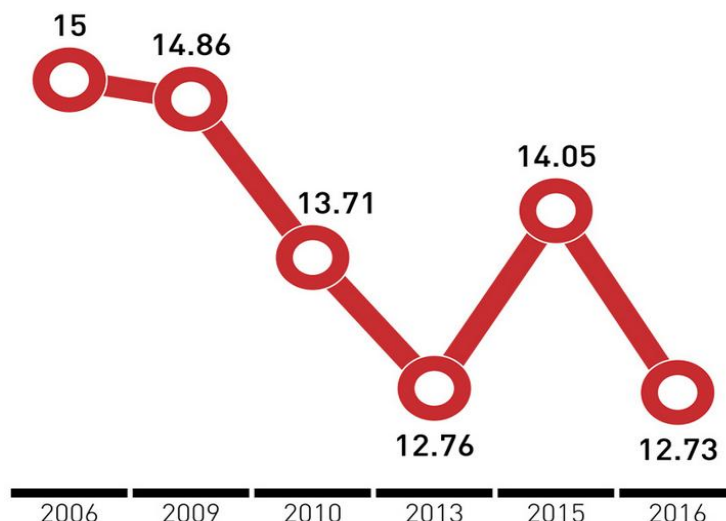
Немаловажным фактором для восстановления объемов кредитования стало продление до конца года госпрограммы, направленной на снижение ставок по ипотеке. При этом глава МЭР Алексей Улюкаев не исключает пролонгацию данной инициативы и на следующий год. В 2017 году россияне ожидают значительное улучшение условий по ипотеке – уверены в Минфине.

Глава ведомства Антон Силуанов считает, что снижение ставок произойдет независимо от наличия программы господдержки. В свою очередь первый вице-премьер Игорь Шувалов уверен, что ставки по ипотеке будут стабильно снижаться до уровня 7–8%, который будет достигнут в 2018 году.

Если рассмотреть динамику средних ставок по ипотечным кредитам, то видно, что по сравнению с 2015 годом стоимость кредитов снизилась. Если же учесть прогнозы экспертов, то ставки будут снижаться и дальше.

#### **ДИНАМИКА СРЕДНИХ СТАВОК ПО ИПОТЕЧНЫМ КРЕДИТАМ В РОССИИ, % ГОДОВЫХ**

Источник: Банк России (данные за июль каждого года)



**Рис. 1. Динамика средних ставок по ипотечным кредитам в России**

Эксперты оценивают ситуацию не столь оптимистично. Несмотря на некоторое оживление рынка, сохранить положительную динамику кредитования без существенной господдержки в следующем году будет весьма проблематично.

Стоимость ипотеки напрямую зависит от учетной ставки Центробанка. Последние новости ЦБ вселяют надежду на последующее удешевление ипотеки в 2017 году. В июне регулятор принял решение снизить ставку до 10,5%, что позволит кредитным организациям снизить стоимость заемных

средств. Однако дальнейшее снижение показателя будет зависеть от динамики экономической ситуации.

Российская экономика остается уязвимой перед влиянием внешних факторов. Рост нефтяных котировок стал ключевым фактором укрепления рубля. При этом динамика нефтяного рынка остается нестабильной. В результате эксперты не исключают очередной этап обвала котировок. В таких условиях регулятору будет крайне сложно продолжить снижение ставки [5].

Представители банковского сектора сомневаются в грядущем снижении ставок по ипотеке. Вице-президент банка ВТБ 24 Нина Крючкова подчеркивает, что ситуация на рынке остается неопределенной и на данный момент отсутствуют существенные основания для пересмотра ставок.

Представители Est-a-Tet Алексей Новиков считает, что само по себе снижение ставок не отразится на динамике рынка. Немаловажное значение имеет стоимость недвижимости, которая в 2017 году будет увеличиваться. Сокращение предложения на рынке приведет к росту цен на жилье на 10%.

Еще один фактор подорожания недвижимости – рост цен на стройматериалы. В результате застройщики будут переносить дополнительные затраты на стоимость квадратных метров.

Кроме того, финансирование госпрограммы напрямую зависит от сбалансированности бюджета, который и без того не выдерживает текущего уровня расходов. Цель государственной поддержки ипотечных кредитов – поддержать строительство нового жилья в сложные экономические времена. Разумеется, из-за более привлекательных условий подобных кредитов, многие волнуются, будет ли продлена ипотека с господдержкой в 2017 году. Дальнейшее субсидирование ставок возможно только при условии отсутствия обвалов на нефтяном рынке и восстановления экономического роста. В противном случае правительство может не найти ресурсов для финансирования программы в 2017 году.

Ипотеку с поддержкой государства ввели в России в 2015 году для того, чтобы поддержать рынок недвижимости, на котором в силу объективных экономических причин началась определенная стагнация. Между тем, сфера строительства является одним из драйверов экономики – помимо того, что строительная сфера сама по себе является огромным сектором с большим числом занятых в ней людей, она ещё и является системообразующей для множества других отраслей смежного характера, от крупных производителей строительных материалов до небольших поставщиков электрического и прочего оборудования. Поэтому коллапс в строительстве вызвал бы по эффекту домино кризис в огромной части экономики.

Одной из мер поддержки и стало ипотечное кредитование с помощью госбюджета. Эта программа предусматривает, что государством из бюджета будет компенсирован определённый процент по ипотечному кредиту, что делает условия кредитования гораздо более выгодными. Под программу попали далеко не все банки, а лишь самые крупные и надёжные. И, учитывая, что целью программы была поддержка именно строительства, получить льготный кредит для покупки вторичного жилья невозможно [1, с. 23].

Будет ли продлена ипотека с господдержкой в 2017 году, ответ на этот вопрос в данный момент времени отрицательный. Ещё в октябре 2016 года министр ЖКХ Михаил Мень сказал, что субсидировать ипотеку больше не нужно. Экономика достигла некоторого равновесия, россияне адаптировались к новому положению, поэтому тратить средства бюджета на поддержку ипотеки не нужно.

Тем, кто желал бы воспользоваться ипотекой с субсидией и получить кредит на льготных условиях, стоит поспешить – программы в 2017 году ещё действуют, но к 1 марта они прекратят своё действие.

В правительстве ожидают постепенное снижение ставок по ипотеке в 2017 году, даже если срок действия программы господдержки не будет продлен. Улучшение экономической ситуации приведет к удешевлению кредитных ресурсов, что отразится на оживлении спроса на ипотеку.

Эксперты сомневаются, что в нынешних условиях ставка опустится существенно ниже 13%. В результате влияние данного фактора на показатели спроса будет минимальным. При этом рост стоимости квадратных метров из-за сокращения предложения и подорожания стройматериалов будет отпугивать потенциальных клиентов.

Изменения коснутся и военной ипотеки в 2017 году. Также следует отметить, что по большинству программ, предлагаемых банками, клиент вносит собственных средств в районе двадцати процентов от общей стоимости приобретаемого имущества. В случаях покупки готового жилья или же заключения договоров на этапе строительства денежная сумма выделяется разово. В случае же самостоятельного строительства дома, открывается кредитная линия.

По ипотеке в 2017 году последние новости не коснулись статуса материнского капитала. Так что как и прежде, его можно будет использовать для первого взноса при оформлении займа на жилплощадь, или же уже в процессе пользования для погашения части задолженности. Таким образом,

маткапитал не только будет отличным подспорьем молодым родителям, но и будет стимулировать обзавестись детьми те семьи, у кого их ещё нет.

Глава АИЖК считает, что ипотека в 2017 году будет дешеветь, и для этого есть все предпосылки. И уровень в 8-9 процентов, который застройщики считают необходимым для стимулирования спроса, вполне достижим. И как один из способов удешевления и экономии времени, а соответственно, и денег, в АИЖК предлагают переходить к практике электронных закладных. При оформлении в электронном виде, и экономии трудовых и временных ресурсов, удешевлении стоимости займов, возможен взрывной рост спроса у населения.

По мнению некоторых экспертов, льготные ссуды на жильё останутся, но будут несколько изменены условия их выдачи и пользования. Связано это с корректировкой под сегодняшние реалии рынка ипотечных ссуд.

1. Максимум будет ограничен в пределах от 2 до 2,2 миллионов
2. Первый взнос от клиента будет в пределах одной пятой от стоимости покупки
3. Снижение ставки по таким программам пока планирует лишь Сбербанк, остальные ждут решения Центробанка
4. Возможны изменения в условиях страхования
5. Для льготных кредитов доступен только первичный рынок

Расплывчатые прогнозы по ипотеке в 2017 году и последние новости к настоящему моменту заставили активизироваться застройщиков, ускорить темпы и увеличить объёмы новостроек, снизить стоимость квадратных метров, чтобы успеть сдать как можно больше домов под ипотеку ещё в 2016 году, решив не дожидаться изменений в новом году.

Что касается основных причин спада спроса в этом сегменте, равно как и падения темпов строительства в начале 2016 года, то это несколько факторов. Также отмечено было и падение цен. Например, в Москве это было на уровне десяти-пятнадцати процентов.

В 2017 году некоторые изменения ожидают тех, у кого уже есть ипотека. Внесены поправки в закон «Об ипотеке». Поправки ограничивают размер штрафов и неустоек по просрочке по ипотечным кредитам. Теперь максимальный размер неустойки ограничен величиной ключевой ставки, то есть 10%. Раньше предельная величина была на уровне 20%. Если проценты уже не начисляются, то за каждый день просрочки теперь будут требовать оплатить неустойку в размере 0,06%, раньше – 0,1%.

С 1 января 2017 года начинает действовать новый закон «О государственной регистрации недвижимости». Во многом этот закон упрощает процесс регистрации жилья для удобства пользователей, например, сокращаются сроки регистрации, упраздняется ряд бумажных документов. Также все данные о зарегистрированных объектах теперь будут храниться в электронном виде и их нельзя будет удалить. Предполагается, что эти и ряд других изменений положительно отразятся и на ипотечном рынке [4, с. 54].

Сравним ипотечное кредитование с некоторыми зарубежными странами. Так например, ипотечные кредиты в **Германии** выдаются с рекордно низкими ставками. Так, воспользовавшись некоторыми программами, можно взять ипотечный кредит под 1,75%, причем, речь идет об условиях для иностранных граждан, а для жителей Германии ставка будет еще ниже. Среднее значение процента по ипотеке в Германии по стране составляет приблизительно 2%. Велики и объёмы финансирования ипотеки, в частности, годовой объём финансирования ипотеки в одном только Мюнхене превышает 11 миллиардов евро. Спрос на ипотеку остается достаточно высоким, а банки предлагают многочисленные варианты ипотечных программ своим клиентам, поэтому рынок данных услуг находится в равновесии.



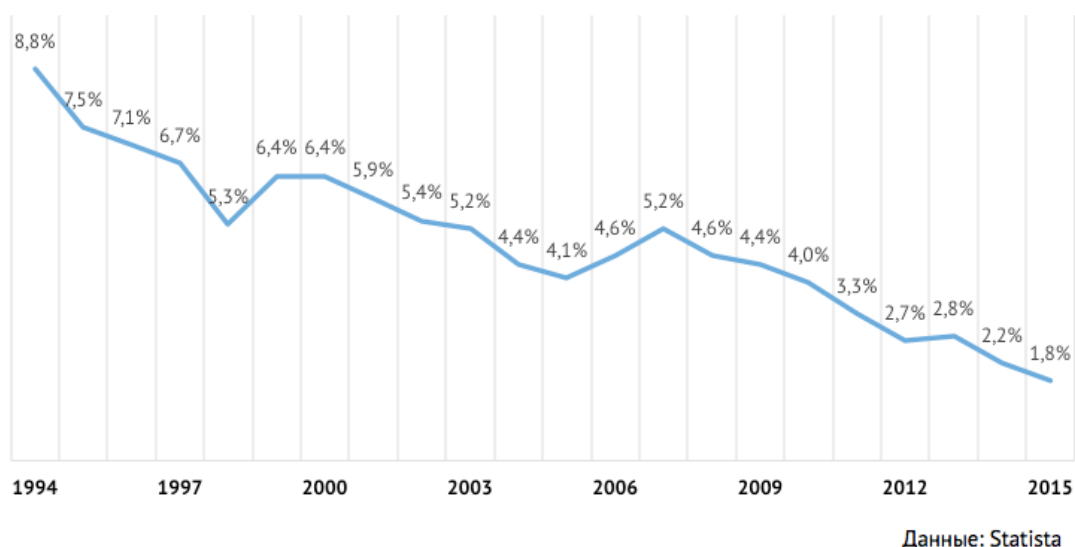


Рис. 2. Динамика ставок по ипотеке в Германии

**В Швейцарии** ипотека является довольно низкой: согласно данным Портала *Comparis*, кредит с фиксированной ставкой на 8 лет обойдётся в 2 процента годовых. На 10 лет – 2,4%. Также понизились ставки по ипотеке с фиксированной ставкой на 5 лет – с 1,8 до 1,6 процентов.

Фиксированная ставка по ипотеке означает, что в рамках выбранного промежутка времени (5, 8, 10 лет) установленная ставка меняться не может. Соответственно, данный инструмент изначально несёт в себе элемент риска и может играть как за, так и против владельца ипотеки. Так, если интервал установлен в 8 лет со ставкой в 2,25% и общая ставка на рынке в первый год упала до 2%, лицо, взявшее ипотеку, продолжает выплачивать оставшиеся 7 лет фиксированную (т.е. фактически более дорогую) ставку в 2,25%. Однако, если рыночная ставка возрастает до 3% по аналогичному кредиту (срок 8 лет; 2,25%), то владелец недвижимости платит меньше рыночной стоимости. В любом случае, после истечения фиксированного срока ставка устанавливается заново в зависимости от рыночной конъюнктуры.

С первого взгляда, чем ниже ипотечные ставки, тем больше граждан сможет позволить себе приобрести жильё в собственность. И это должно быть хорошо! Тем не менее, именно здесь возникает опасность раздувания мыльного пузыря за счёт плохо обеспеченных кредитов. Для желающих взять ипотеку низкие ставки создают соблазн переоценить свои финансовые возможности. Банкиры, в свою очередь, всегда склонны выдавать кредиты. Причины очевидна – это их бизнес. Уже один данный факт создаёт риск невозвратов по кредитам. Более того, если из-за конъюнктуры рынка недвижимости в Швейцарии ипотечные ставки начнут расти, при истечении фиксированного срока и установления новой ставки опасность невозвратов увеличивается в разы. Соответственно, кредиты становятся «токсичными», и уже банки рискуют потерять стабильность, а с ними – и вся финансовая система страны. Напомним, что подобный сценарий случился в США, что привело сначала к краху американского рынка жилья, а потом – и к международному финансовому кризису.

Чтобы предупредить аналогичный сценарий и остудить рынок ипотечной недвижимости в Швейцарии, год назад Швейцарским правительством были предприняты некоторые меры. Речь идёт о так называемой «антициклической подушке капитала», которая требует от банков, осуществляющих бизнес на рынке ипотеки, в каждом случае дополнительно запасаться собственным капиталом в размере 2% от выданного кредита.

**Во Франции** одним из главных условий при получении ипотечного кредита является наличие и сумма постоянного официального дохода заемщика. Одобрение кредита также зависит от покупаемого жилья и условий банка

При оформлении ипотечного кредита граждане России обладают теми же правами, что и граждане Франции. Во Франции средняя процентная ставка по ипотеке равна 4–5% годовых. Фиксированная процентная ставка по ипотечному кредиту сейчас составляет 3,5–5,4% и зависит от срока кредитования, плавающая ставка – от 3,3%.

Однако после кризиса количество французских банков, готовых предоставить ипотечные кредиты иностранцам, резко сократилось, а размер первоначального взноса для нерезидентов вырос с 30 до 50%.

Ипотечный кредит может быть получен как на приобретение недвижимости, так и на ее ремонт и реконструкцию. На некоторые объекты недвижимости ипотечное кредитование не предоставляется. К ним относятся сараи, каменные домики, деревянные здания и объекты с землей сельскохозяйственного назначения.

Если вы покупаете себе дом или квартиру во Франции и у вас нет другого жилья ни на её территории, ни за границей, то по закону вас не могут выселить даже за неуплату. Это является очень позитивным моментом. Наличие таких правил во Франции в значительной мере объясняет осторожность банков при выдаче кредитов на недвижимость. Каждому банку очень важно быть уверенным, что его заёмщик выполнит свои обязательства.

Если по каким-то причинам заёмщик оказывается неспособным выплачивать ежемесячные платежи, многие из банков предлагают пересмотреть схему выплат – возможно, увеличив срок кредита и общую его стоимость, но уменьшив ежемесячные суммы погашения. Перезаключение договора с банком позволит сделать погашение более комфортным, если это потребуется.

По мнению представителя ипотечного агентства Freddie Mac, процент по ипотеке возрастет еще на 0,5% минимум. Таким образом, к началу 2016 процентная ставка приблизилась к своему максимуму за последние 3 года – к 5%.

Напомним, что в Соединенных Штатах действует программа стимулирования ипотечного кредитования и увеличения жилищного спроса. Однако уже сейчас многие эксперты делают предположения о том, что данная программа начинает сворачивать свое действие, что привело к повышению процентной ставки.

Радует одно – чтобы компенсировать высокий размер по проценту, банки будут снижать перечень требований к заемщику. Обратите внимание, что низкие ставки в 3–5% годовых доступны только американцам, т.е. тем, кто имеет здесь официально оформленное гражданство.

В том случае, если клиент – иностранец, то для него будут предложены ставки от 5 до 9% в год в том случае, если он выбирает упрощенную программу кредитования. Для него будет доступен период кредитования до 30 лет, небольшой первой взнос от 10 до 20% и комиссия, которую нужно заплатить банку в размере 10% от общей суммы кредита.

В том случае, если россиянин хочет приобрести в ипотеку жилье в Америке, и готов собрать полный пакет документов, то в этом случае он сможет рассчитывать на следующие условия:

1. первый взнос в размере 20–30%;
2. сниженная ставка на уровне 5% годовых;
3. пониженный комиссионный сбор для банка – 3–5%;
4. срок выплаты – до 30 лет;
5. необходимо открыть в банке счет на сумму не менее, чем 12 ежемесячных платежей по кредиту, служит гарантией.

Подводя итог всему, можно сделать вывод о том, что россияне имеют возможность купить недвижимость в ипотеку во многих странах. В каждой из них есть свои особенности, какие-то банки проявляют понимание и лояльность к заемщикам, а в других процедура ипотечного кредитования представляется сложной и дорогой. Также во всех странах различаются процентные ставки и сроки кредитования.

Разумеется, покупать жилье в ипотеку выгоднее в тех странах, где процедура кредитования простая и понятная, а также где низкие проценты и первоначальные взносы. Но надо учитывать то, что главное – выбрать не только страну, а также сам проект и банк, так как оптимальные условия и выгода сочетаются не во всех случаях. И помимо всего, надо брать во внимание проблемы ипотечного кредитования в разных странах, чтобы понять, где кредитоваться будет проще и выгоднее.

#### Литература

1. Аджиева А.Ю., Мисаков А.В., Дикарева И.А. Аудиторский риск при планировании аудита финансовых результатов // Современная экономика: актуальные вопросы, достижения и инновации: сборник статей победителей III Международной научно-практической конференции. 2016. С. 74–77.
2. Литвинова С.А. Ипотечное кредитование: Учебное пособие / С.А. Литвинова. М.: Инфра-М, 2017. – 413 с.
3. Николаева Е.Л. Ипотечное кредитование в жилищном строительстве / Е.Л. Николаева // Новая наука: Теоретический и практический взгляд. 2016. № 8 (88). С. 241–245.
4. Центральный банк [Электронный сайт]. URL: <http://www.cbr.ru>

## **ПРОБЛЕМЫ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ГОСУДАРСТВЕННОГО ФИНАНСОВОГО КОНТРОЛЯ В РОССИИ**

Данная тема является актуальной, поскольку в настоящее время в условиях кризиса резко встает вопрос о расходовании государственных финансовых ресурсов, а именно их эффективном и результативном использовании, а контролирующие финансовые органы помогают государству в управлении расходовании бюджетных средств. Таким образом, от эффективности государственного финансового контроля зависит экономическое благополучие страны.

Система государственного финансового контроля формируется с середины 17 века по сегодняшний день, постоянно улучшаясь и совершенствуясь. На данный момент государственный финансовый контроль осуществляют: Счетная палата Российской Федерации, Центральный Банк Российской Федерации, Министерство Финансов Российской Федерации, Федеральная налоговая служба, Федеральная таможенная служба, Федеральное Казначейство, Федеральная служба по финансовому мониторингу. Несмотря на эффективную работу системы органов государственного финансового контроля остается немало проблем, нуждающихся в скорейшем решении, а именно:

1) отсутствие нормативно-правовой базы организации государственного финансового контроля говорит о том, что у системы нет единой концепции правил государственного контроля.

2) отсутствие федерального закона, который бы контролировал не только бюджетные учреждения, но и юридических лиц в РФ. Еще в 1995 году Министерством Финансов России была предпринята попытка создания законопроекта «О государственном финансовом контроле Российской Федерации». Документы готовились научно – исследовательским институтом и контрольно – ревизионным управлением. Но этот законопроект не был внесен в Государственную Думу. Прошло уже 22 года, а единый закон о государственном финансовом контроле не был принят. Хотя 2 августа 2016 года Минэкономразвития России доработан проект нового закона о государственном и муниципальном контроле: проект Федерального закона «Об основах государственного контроля (надзора) и муниципального контроля в Российской Федерации». Основной целью разработки этого закона является повышение результативности и эффективности осуществления государственного контроля (надзора) и муниципального контроля и при одновременном избыточном вмешательстве государственных органов и органов местного самоуправления в деятельности граждан и организаций. Этим проектом будут определяться основные понятия, принципы организации и осуществления государственного контроля (надзора) и муниципального контроля, а также полномочия органов государственной власти РФ, субъектов РФ, органов местного самоуправления в области государственного контроля (надзора) и муниципального контроля, а также порядок его организации, формы контроля, порядок представления уведомления о начале осуществления отдельных видов предпринимательской деятельности, порядок оценки результативности и эффективности государственного контроля (надзора), организацию национальной системы управления рисками при осуществлении государственного контроля (надзора) и муниципального контроля. Формами государственного контроля (надзора) и муниципального контроля будут: проверки, плановые (рейдовые) обследования, мониторинг, контрольные закупки, постоянные государственный контроль (надзор) [3].

3) Утверждение данного закона завершит формирование правовой базы контроля. На основе данных контроля уполномоченные контролировать действия смогут оценивать полученные результаты в соответствии с принятыми критериями. Если были выявлены ошибки или недочеты, то на основе найденных показателей анализа они будут устранены и совокупность негативных последствий уменьшится. Пока контрольные мероприятия осуществляются выборочно, по усмотрению проверяющих. В свою очередь, ревизии и проверки не имеют установленной степени полноты и слабо взаимодействуют между собой. Получается, что органы государственного контроля выполняют свои функции самостоятельно, по – отдельности, без согласования между другими органами государственного финансового контроля.

4) Но подведомственная Министерству финансов федеральная служба финансово – бюджетного надзора полагает, что федеральный закон о государственном контроле не нужен. Поскольку кардинальное изменение потребуют много времени на изменение всех нормативно – правовых актов, законов.

5) Так как нет федерального закона о государственном финансовом контроле, «отсутствует законодательно закрепленное понятие государственного финансового контроля, которое влечет за собой сложности с разграничением полномочий органов государственного финансового контроля, определением прав и обязанностей, а также методикой проведения ими контрольных мероприятий» [2, с. 811].

6) В модельном законе о государственном финансовом контроле есть определение:

7) Государственный финансовый контроль – это проверка правил соблюдения органами государственной власти и местного самоуправления, юридическими и физическими лицами финансового законодательства Российской Федерации и субъектов Российской Федерации, рациональности и эффективности использования государственных финансовых и материальных ресурсов. Ковалева Э.Р. отмечает, что недостатком этого определения является его обобщенный характер. «Термины «рациональность» и «эффективность», используемые в модельном законе, более соответствуют определению аудита эффективности. Кроме того, в перечень объектов контроля законодатель не включил процессы формирования и распределения государственных финансовых средств» [2, с. 812].

8) отсутствие критериев эффективности работы органов государственного финансового контроля. К примеру, за нарушение бюджетного законодательства законодательство устанавливает ответственность в Бюджетном кодексе, который предусматривает двадцать три правонарушения и Кодексом об административных правонарушениях, в котором только три состава нарушений бюджетного законодательства. В 2003 году введена уголовная ответственность за нецелевое использование бюджетных средств, но привлечение к ответственности за это нарушение невозможно, так как в Бюджетном кодексе нет понятия «бюджетное правонарушение», а вместо этого «нарушение бюджетного законодательства» [4, с. 32].

9) отсутствие систематического и корректного планирования контрольными органами своих планов проверок. К примеру, постановление об административном правонарушении может быть вынесено по истечению одного года со дня его совершения, контрольные органы не смогут преследовать виновных лиц, поскольку срок давности иска – истек.

10) нет единой и четкой системы взаимодействия государственных финансовых органов в сфере мониторинга и контроля, которая не позволяет органам финансового надзора и его агентам осуществлять эффективную схему отслеживания этапов реагирования, как по конкретным операциям, так и по всем стадиям. К примеру, выполнение государственного контракта. Безусловно, все это отражается на социально – экономической ситуации в России, так как мониторинг и контроль не могут в полной мере осуществлять функции своевременности, адекватности и полноты.

11) слабая упорядоченность контроля сфер деятельности между субъектами контроля. Присутствует некое сходство в их работе, но без взаимодействия между контролирующими органами образуется дублирование функций.

12) отсутствие единой информационной базы о выявленных нарушениях, нехватка специалистов, проблема подготовки кадров контрольных органов влечет за собой слабую связь между самими контролирующими органами, а также с международными органами в целях обмена опытом [1, с. 55].

Исходя из этого, можно сказать, что государственный финансовый контроль имеет совокупность невзаимосвязанных между собой контролирующих органов. Чтобы исправить эти недостатки необходимо:

- создать и принять закон «О государственном финансовом контроле в РФ», который позволит сформировать комплексную систему законодательных и нормативных актов государственного финансового контроля [5, с. 115];

- разработать и утвердить общепринятую концепцию государственного финансового контроля для того, чтобы вся система государственного финансового контроля в России строилась на единых принципах, а также установить строгое исполнение целей и задач государственного финансового контроля;

- создать единую информационную базу контрольных органов;

- разграничить функции органов государственного финансового контроля, исключить дублирование, усилить взаимодействие контрольных органов и укрепить международное сотрудничество. Все органы должны тесно взаимодействовать друг с другом, но с сохранением за собой ответственности за свой участок контроля;

- скорректировать гибкое планирование контрольных органов своих планов проверок для своевременного осуществления проверок и ревизий в процессе исполнения бюджета, а именно текущего контроля;

– создать систему общих стандартов для обязательного исполнения всех контрольных органов на федеральном уровне. Но тут необходимо обеспечить несколько организационных моментов: создать команду по подготовке и управлению реализацией проекта, которые будут наделены необходимыми полномочиями, утвердить все организационные и финансовые параметры до начала реализации проекта, окончательно распределить функции и ответственность всех участвующих сторон, обеспечить функционирование эффективной и стабильной системы мониторинга и контроля в процессе реализации проекта. Международные стандарты могут стать хорошей исходной базой, но они должны быть дополнены с учетом специфики бюджетной системы Российской Федерации.

– обеспечить регулярное повышение квалификации и органов государственного финансового контроля, участие в учебных мероприятиях и обмен опытом.

Подводя итог, можно сказать, что последовательное преобразование сможет вовлечь органы государственного финансового контроля в решение задач, которые будут направлены на повышение прозрачности государственной бюджетной системы России, налоговой, таможенной и других сфер, а также совершенствование методов и процедур контроля. Своевременное принятие указанных решений, а также организационно – структурных вопросов позволит государству обеспечить и улучшить функционирование государственного финансового контроля и эффективности его работы, а также успешного экономического и политического благополучия России.

#### **Литература**

1. Карепина О.И., Галоян Н.А. Проблемы и перспективы государственного финансового контроля в Российской Федерации / О.И. Карепина, Н.А. Галоян // Инновационная наука. – 2016. – № 10-1. – С. 55–57.
2. Ковалева Э.Р. Уточнение понятия «государственный финансовый контроль» / Э.Р. Ковалева // Экономика и предпринимательство. – 2017. – № 2-1 (79-1). – С. 811–815.
3. Проект Федерального закона «Об основах государственного контроля (надзора) и муниципального контроля в Российской Федерации» от 2.08.2016. URL: <https://www.consultant.ru/law/hotdocs/47109.html>
4. Шевченко А.А., Аюбов Н.А. Актуальные проблемы государственного финансового контроля / А.А. Шевченко, Н.А. Аюбов // Финансовые исследования. – 2008. – № 1. – С. 31–41.
5. Яруллин Р.Р., Сиразева Э.А. Основные недостатки и меры по совершенствованию существующей системы государственного финансового контроля / Р.Р. Яруллин, Э.А. Сиразева // Инновационная наука. – 2016. – № 4. – С. 114–116.

**УДК 001.892**

***В.В. Боярская, студент***

*Научный руководитель: Е.А. Бритикова, канд. социол. наук, ст. преподаватель  
г. Краснодар, Кубанский государственный аграрный университет им. И.Т. Трубилина*

### **МАЛОЕ ИННОВАЦИОННОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО (ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ)**

В зарубежных странах малый и средний бизнес представляют собой главную сферу занятости населения, а именно:

1. способствуют развитию инновационного потенциала экономики;
2. занимаются поиском и внедрением новых форм деятельности производства, сбыта и финансирования.

В настоящее время инновации являются одним из основных преимуществ фирмы в борьбе с локальными конкурентами, а так же на региональном или международном рынках.

На данный момент в мировой экономике имеется примерно 50 миллионов различных предпринимательских структур, из них к малому бизнесу относят 68%. Из практики мирового опыта можно сделать вывод о том, что господствующее положение крупного бизнеса в инновационных процессах не приводит к исчезновению средних и мелких предприятий. Наоборот, значительное внимание уделяется повышению значимости средних и малых форм предприятия [1, с. 15].

Преимуществом американских компаний является то, что они на 1000 человек занятых в малом и среднем инновационном бизнесе разрабатывают в 17 раз больше ноу-хау, по сравнению с большими фирмами, в которых количество занятых человек свыше 10 тысяч.

Важное место в развитых странах представляет сфера научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ, которая представлена четырьмя основными секторами:

1. государственным;

2. частным;
3. «некоммерческим»;
4. ВУЗами.

В развитых странах мира инновационный процесс протекает в течение 5-6 лет, когда в средне-развитых и развивающихся странах – 15–25 лет. Затраты на эффективность научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ в малых инновационных фирмах в Соединенных Штатах Америки в 4 раза выше, чем в крупных организациях.

Сравнивая малый инновационный бизнес с крупным можно увидеть, что процесс создания инноваций на 1 занятого в 2,5 раза больше у среднего и малого бизнеса. Если рассматривать внедрение инноваций, то крупный бизнес внедряет их медленнее, при этом затрачивая на 75% средств больше, чем малый бизнес [1, с. 18–20].

Тесные связи в отношении сотрудничества с участием среднего и малого инновационного бизнеса возникают в сфере:

- 1) предоставления грантов малому инновационному бизнесу (со стороны университетов, организаций);
- 2) передачи технологий малым фирмам (научно-исследовательскими учреждениями, корпорациями);
- 3) совместного проведения научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ и реализации проектов (с университетами, корпорациями и малыми фирмами между собой).

Большое развитие малый инновационный бизнес получил в рамках инновационной инфраструктуры, а именно в создании технопарков, технополисов, инновационных центров и т.д.

Возрастание значимости малого инновационного бизнеса на рынке связано с рядом следующих закономерностей:

- 1) малые бизнес-структуры концентрированы на НИОКР, так как заняты преимущественно в сфере разработки инноваций, а не их промышленного использования;
- 2) выполнение определенных функций инновационного процесса с меньшими затратами и в более короткие сроки;
- 3) преобладание передовыми информационными и компьютерными технологиями;
- 4) более просты в организации и управлении что позволяет вести разработки на высоком уровне;
- 5) гибкость и меньший масштаб проектов позволяют сократить затраты и снизить риск;
- 6) благодаря своим размерам и мобильности такие структуры легко включаются в системы кооперации между собой и с крупными компаниями;
- 7) способны к реализации наиболее рискованных проектов;
- 8) активно сотрудничает с исследовательскими и инновационными центрами, университетами;
- 9) благодаря гибкости малых фирм возможно лучше воспринимать изменения в социально-экономической ситуации;
- 10) малый инновационный бизнес легко возникает в новых отраслях, рынок продукции которых свободен, что обуславливает возникновение новых сегментов экономики.

Таблица 1

**Общее количество структур малого инвестиционного бизнеса за рубежом**

Страна	Количество структур, тыс.
Японии	6450
США	19 300
Великобритании	2630
Германия	2290
Франция	1980

Проанализировав таблицу, можно сделать вывод, что большую часть по количеству структур малого инвестиционного бизнеса за рубежом занимает США. На второе место спустилась Япония отставая на 12850 тыс. структур от США. Великобритания и Германия имеют разницу между собой в 340 тыс. структур малого инвестиционного бизнеса за рубежом в пользу Великобритании. Закрывает рейтинг Франция с отставанием от лидера в 17320 тыс. структур малого инвестиционного бизнеса за рубежом [5, с. 89].

Таблица 2

**Общее количество людей занятых в сфере малого инновационного бизнеса**

Страна	Количество людей, млн
Япония	39,5
США	70,2

Великобритания	13,6
Германия	18,5
Франция	15,2

В итоге зарубежный опыт показал, что в сфере малого предпринимательства осуществляется большая часть всех инноваций, что способствует научно-техническому прогрессу и формированию «среднего класса» как важнейшего фактора социальной и политической стабильности общества. По общему количеству людей занятых в сфере малого инновационного бизнеса почетное первое место занимает США с количеством 70,2 млн чел. Второе место занимает Япония с численностью на 30,7 млн чел меньше, чем США. Великобритания, Германия и Франция в сфере малого инновационного бизнеса насчитывают практически равно количество людей с разницей в 3-4 целых единицы [4, с. 45].

Таблица 3

**Общее количество производимого ВВП по странам в сфере малого инновационного бизнеса**

Страна	ВВП, %
Япония	52–55
США	50–52
Великобритания	50–53
Германия	50–52
Франция	55–62

Резюмируя опыт малого инновационного бизнеса в экономике высокоразвитых стран, представленных в таблице 3, можно сделать несколько выводов для национальной экономики:

- 1) увеличить удельный вес малых предприятий в объеме ВВП с 17% до 60%;
- 2) уделять особое внимание организации, а также процессу развития малого бизнеса в сфере инновационной деятельности (в России всего лишь 2,5% малых предприятий заняты инновационными исследованиями);
- 3) развивать роль малого бизнеса в инновационных процессах при его интеграции с крупными организациями и с научными центрами, где он является структурным подразделением;
- 4) определить применение методов государственной поддержки, которые используются в развитых странах мира: выполнение крупномасштабных программ сотрудничества малого инновационного бизнеса с более крупным бизнесом, с государственными структурами, субсидирование НИОКР, передача технологий, кооперирование, обеспечение льготами (налоговые, кредитные, возмещение определенных затрат), организация создания инновационной инфраструктуры (технопарки, венчурные фонды, бизнес-инкубаторы)

Таким образом, проанализировав зарубежный опыт развития малого предпринимательства можно сделать вывод о том, что средний и малый бизнес в иностранных государствах развит более чем успешно. Применение новой техники и технологий, сокращение издержек производства, работа на социальный и экономический результат дает весомый скачок вверх как в благосостоянии населения, так и в экономике отдельно взятой страны.

**Литература**

1. Афонин И.В. Инновационный менеджмент: учеб. пособие. – М.: Гардарики, 2013. – С. 15–20.
2. Бритикова Е.А. Тенденции развития и поддержки малого бизнеса в условиях кризиса // Современные тенденции развития экономики и управления: проблемы и решения: Материалы международной научно-практической конференции. – 2016. – С. 21–25.
3. Бритикова Е.А., Куршубадзе Р.З. Использование маркетинга территорий для повышения конкурентоспособности экономики муниципального образования // Сборник статей третьей международной школы молодых ученых в области экономики и права на юге России: Сборник научных статей. – 2016. – С. 21–23.
4. Бромберг Г.В. Интеллектуальная собственность: учеб. пособие. – М.: Приор-издат, 2014. – С. 45.
5. Хотяшева О.М. Инновационный менеджмент: учеб. пособие. – СПб.: Питер, 2014. – С. 89.

## **КРАУДФАНДИНГ – СИСТЕМА ИНВЕСТИРОВАНИЯ ИННОВАЦИОННЫХ ПРОЕКТОВ**

В настоящее время одним из препятствий в области развития российской экономики является проблема привлечения инвестиций для развития различных видов деятельности, а также функционирования хозяйствующих субъектов. Поиск инвестора осуществляется с целью продвижения своего бизнеса, расширения рынка сбыта, обновления материально – технической базы, увеличение объемов производства, освоение новых видов деятельности, продвижение инноваций, иными словами, на экономический рост и максимизацию дохода.

В мировой практике насчитывается огромное множество различных традиционных форм привлечения внешнего финансирования. Среди них целесообразно отметить такие как: лизинг, форфейтинг, факторинг, франчайзинг, выпуск акций, кредитные займы, банковские ссуды, поиск инвесторов среди представителей крупного бизнеса, иностранное финансирование, гранты, партнерство и так далее. Однако сегодня поиск инвестора невозможен без применения новых методов привлечения внешнего финансирования, одним из таких методов является краудфандинг.

Краудфандинг представляет собой разновидность краудсорсинга, под которым следует понимать совместное добровольное участие людей в решении общественно значимых задач [5, с. 160]. Исходя из этого, следует отметить, что в краудфандинге участие людей сводиться к перечислению денежных средств на развитие или поддержку того или проекта, говоря иначе, к инвестированию.

Сам термин Краудфандинг происходит от англ. crowd – толпа и funding – финансирование, то есть народное, общественное или коллективное финансирование. Важно отметить, что перечисление денежных средств путем краудфандинга осуществляется на добровольных началах и представляет собой некие пожертвования или дарения.

Не смотря на то, что сам термин появился относительно недавно, практика коллективного финансирования не является новой, даже в историческом аспекте людям свойственно было объединяться и собирать денежные средства для решения общественно значимых вопросов. Посредством краудфандинга может осуществляться сбор денежных средств на различные цели, начиная от помощи пострадавшим от стихийных бедствий и заканчивая продвижением стартап – компаний и развитием инноваций.

Так что же обусловило появление данного направления инвестирования и его популярность в последнее время? В современном мире, с развитием сети Интернет и все более активным проникновением информационных технологий в жизнь общества появляются специализированные сайты и компании, основным видом деятельности которых является краудфандинг. Среди самых популярных и известных проектов в этой области выделяют несколько наиболее успешных сайтов: Kickstarter, IndieGoGo, RocketHub.

Сбор денежных средств на развитие проекта начинается с формулировки основной цели, расчета необходимых денежных средств на ее реализацию и росписи всех расходов по проекту. Информация о том, как продвигается сбор денежных средств, размещается в открытом доступе, так, чтобы любой желающий, перечисливший деньги или планирующий их перечислить, мог свободно наблюдать за ходом развития деятельности, ради которой собираются народные финансы.

В России на сегодняшний день краудфандинг набирает все большую популярность, однако нынешние результаты пусть и самой крупнейшей в мире краудфандинговой платформы Kickstarter все еще несоразмерно выше российских. Сбор денежных средств, посредством краудфандинга, в России осуществляется по самым различным направлениям от строительства детского сада, до поддержки оппозиционных политиков – актуальный тому пример Фонд борьбы с коррупцией Алексея Навального, существующий исключительно за счет средств народного финансирования.

Проблем, с которыми сталкивается краудфандинг в России достаточно много, среди них целесообразно выделить следующие: низкое значение показателя «личного благополучия», низкие уровни жизни, качество жизни, заработная плата, менталитет, проявляющийся в общем недоверии населения к данному способу финансирования.

При всем при этом краудфандинг в России при объективной оценке показывает очень неплохие результаты. Не следует забывать о том, что свое развитие данное направление финансирования полу-



чило совсем недавно (первая краудфандинговая платформа в России образовалась в 2008г.) и пришлось оно на кризисный период развития российской экономики. Поэтому следует полагать, что при более стабильной экономической ситуации российское население начнет отдавать свои деньги более охотно. Самое главное – обеспечить федеральную поддержку данного направления инвестирования, посредством освещения его в СМИ и создания соответствующего законодательства, которое обеспечит надежность краудфандинга и доверие населения.

В чем же заключаются плюсы и минусы подобного вида инвестирования?

Среди плюсов данной системы инвестирования в первую очередь выделяется независимость от бюджетных или банковских структур, порой замедляющих и тормозящих развитие инновационной деятельности. Негативные моменты, связанные с бюрократией отсутствуют, нет сроков и лишней отчетности [3, с. 14]. Авторские проекты, связанные с инновациями, при широком их освещении, готовы поддержать множество людей.

К преимуществам краудфандинга следует также отнести отсутствие негативных моментов, связанных с финансированием одним инвестором, что фактически проявляется в единоличном управлении проектом, посредством экономического давления и финансовых рычагов.

Медийная поддержка – еще одна положительная черта краудфандинга. Медийность проявляется в том, что для развития проекта привлекаются денежные средства огромного количества людей, что способствует поддержке автора проекта, предлагаемых им инноваций, его идей, посредством, так называемого вирусного маркетинга, то есть рассказов о проекте своим близким, друзьям и знакомым, что обеспечивает не только популярность, но и еще большее привлечение денежных средств.

У краудфандинга, как и у любого другого вида деятельности есть и свои минусы. Среди них можно отметить, такое явление как стагнация, что проявляется в отсутствии сроков и рычагов воздействия со стороны. Иными словами автор проекта, может не только не торопиться с реализацией и с достижением заявленных целей, но еще и исчезнуть с лица общественности с собранными деньгами.

Еще одним минусом данного способа инвестирования является общедоступность инновационной идеи [4, с. 67]. Как уже и отмечалось выше, автор проекта обязан озвучить свои основные цели, суть проекта и поэтапную роспись расходов, ради которых и собираются денежные средства. Все это может привести к краже инновационной идеи и более быстрой ее реализации кем – то другим.

Существует также списки запрещенных проектов или видов деятельности – не все идеи допускаются к краудфандингу, как правило, это зависит от краудфандинговой платформы для сбора средств – это еще один очевидный минус данного способа инвестирования инноваций.

Резюмируя все сказанное выше, следует заметить, что, несмотря на имеющиеся минусы, данный способ привлечения денежных средств является упрощенным и доступным для любого желающего. Именно поэтому краудфандинг сегодня это отличная система для инвестирования в инновации, достаточно лишь правильно и грамотно сформулировать идею, которая ждет своей реализации и воспользоваться одной из существующих краудфандинговых платформ для привлечения средств, и люди, если данная идея покажется им интересной, дадут свои деньги на ее реализацию.

Подводя итоги, следует отметить, что краудфандинг представляет собой абсолютно новый подход к инвестированию инноваций. Данный вид привлечения внешнего финансирования, способствует увеличению инновационных идей и возможностей их реализации, помогает создавать и впоследствии применять на практике проекты и идеи несущие в себе социальную значимость. Краудфандинг не только помогает авторам инновационных идей, но и дает возможность обществу поддержать уникальные и интересные для него проекты.

#### Литература

1. Бритикова Е.А., Гайдо О.В., Крючкова В.А. Финансовое состояние предприятия как основной показатель его деятельности // Сборник статей третьей международной школы молодых ученых в области экономики и права на юге России. – 2016. – С. 18–21.
2. Бритикова Е.А., Куршубадзе Р.З. Использование маркетинга территорий для повышения конкурентоспособности экономики муниципального образования // Сборник статей третьей международной школы молодых ученых в области экономики и права на юге России. – 2016. – С. 21–23.
3. Буценко Е.В. Практическое применение краудфандинга как инновационного механизма финансирования (на примере развития сельских территорий региона) // Экономические исследования. – Выпуск № 3. – 2014. – С. 12–16.
4. Воробьева О.И., Миньков С.Л. Краудфандинг: интернет-сервис народного финансирования // Современные наукоемкие технологии. – Выпуск № 5-2. – 2014. – С. 66–69.
5. Чугреев В.Л. Создание краудсорсинг-проекта для публикации и обсуждения предложений по социально-экономическому развитию региона / В.Л. Чугреев // Проблемы развития территории. – 2012. – № 62. – С. 157–164.

## БОЛЬШИЕ ЦИКЛЫ КОНДРАТЬЕВА ЭКОНОМИКИ ФРАНЦИИ

Структура экономики Франции, хотя и похожа на структуру экономики многих европейских стран, имеет все же некоторые особенности. Государственный сектор в экономике Франции занимает относительно небольшой удельный вес в ВВП и включает в себя отрасли-монополисты (газовую промышленность, электроэнергетику и транспорт) и отрасли, работающие в режиме рыночной конкуренции (национальный и коммерческие банки, страховые компании и т.д.). В первом случае государство устанавливает все экономические параметры деятельности отраслей-монополистов, в том числе объем инвестиций, оплату труда и цены на готовую продукцию. Во втором случае государство оказывает минимальное воздействие на экономические параметры деятельности этих отраслей, побуждая их к конкуренции с частным сектором.

На начальном этапе анализа экономики Франции авторами статьи был построен график больших циклов Н.Д. Кондратьева с 1900 по 2008 годы.

Для расчета средних значений отклонений фактического ВВП от рассчитанных значений ВВП были задействованы периоды в 7 лет. Наглядно можно увидеть БЦК Франции на рисунке 1.

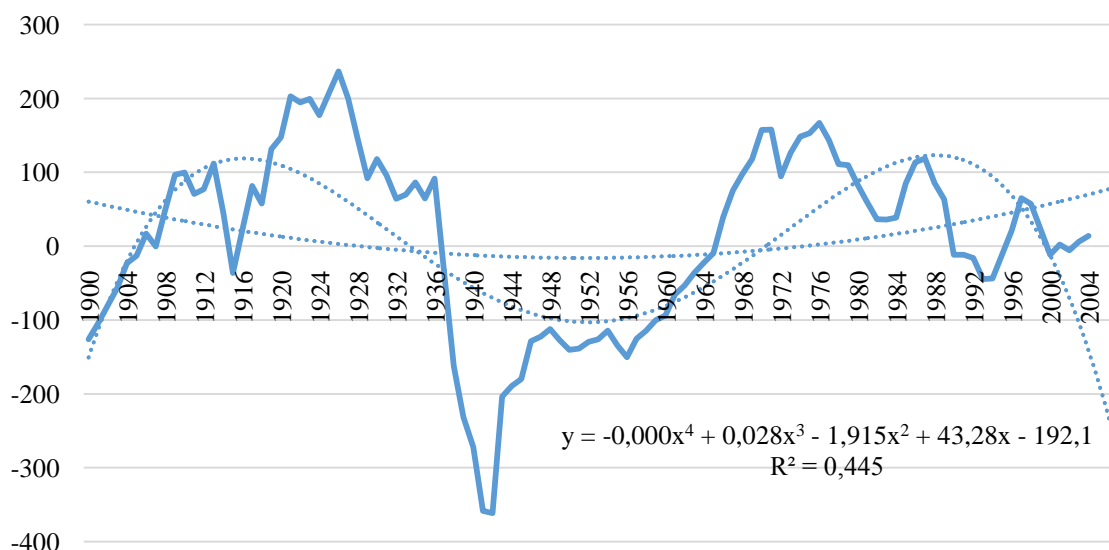


Рис. 1. Большие циклы конъюнктуры Кондратьева для экономики Франции

Источник: расчеты авторов на основе источника [5]

На основании рисунка 1 были выделены периоды подъемов и спадов, которые представлены в таблице 1.

Таблица 1

Периоды подъемов и спадов	
Периоды (БЦК)	
с 1900 по 1909	Подъем
с 1910 по 1914	Спад
с 1915 по 1926	Подъем
с 1927 до 1941	Спад
с 1942 по 1969	Подъем
с 1970	Спад

В данный период Франция находится на фазе затяжного спада, именно для этого периода были рассчитаны связи различных показателей.

Для дальнейшего анализа были рассчитаны некоторые макроэкономические показатели.

Результаты исследования выбранных показателей приведены в таблице 2.

Таблица 2

**Корреляционный анализ основных экономических показателей во время спада**

<b>Спад (1970–2008)</b>	<b>Зависимость</b>
связь ВВП и производительности	0,098
связь ВВП и занятости	0,981
связь производительности и капиталовооруженности	0,567
связь производительности и инвестиций	0,669
производительности и НИОКР	0,337
связь занятости и инвестиций	0,720
связь занятости и потребления	0,222
связь занятости и НИОКР	0,949
связь прироста ВВП с отношением инвестиций к потреблению	0,206
связь ВВП с инвестициями	0,763
	с временным лагом 2 связь = 1
связь занятости и дохода	0,864
связь занятости и производительности труда	0,085
связь налоговых ставок с потреблением	-0,129
связь налоговых ставок с инвестициями	-0,249
связь экспорта с инвестициями	0,603
связь импорта с инвестициями	-0,535
связь экспорта с потреблением	0,173
связь импорта с потреблением	-0,106
связь торгового баланса (экспорт минус импорт) с ВВП	0,774

Источник: расчеты авторов на основе источников [1; 4; 5; 6].

Анализ столь затяжного спада экономики Франции представляет интерес с точки зрения особенностей функционирования экономики в подобных условиях.

Первое, что бросается в глаза – это экстенсивный путь развития, о чем свидетельствует практическое отсутствие связи между ВВП и производительностью труда. Рост ВВП обеспечивается ростом занятости, которая никак не влияет на производительность труда. Вполне вероятно, что это обусловлено тем, что НИОКР мало влияет на производительность труда (связь между ними умеренная).

Инвестиции в этот период можно назвать индуцированными, именно они оказывают влияние на рост ВВП, о чем свидетельствует очень высокая корреляционная связь между ними, так же, как и высокая связь занятости и инвестиций. Экстенсивный путь развития подтверждает и высокая связь дохода с занятостью, что говорит о достаточно неизменных доходах за единицу времени. Об этом же говорит и слабая связь занятости с уровнем потребления, как и слабое влияние на прирост ВВП увеличения доли инвестиций относительно потребления.

Заметная прямая связь между производительностью с одной стороны и капиталовооруженностью и инвестициями с другой, может существовать на основе невысоких, но близких между собой темпов роста этих показателей.

Можно констатировать также, что фискальная политика государства отрицательно сказывалась на динамике инвестиций.

Внешнеэкономические связи также не могут быть названы успешными для динамики экономического развития. Заметная связь между экспортом и инвестициями говорит, что инвестиции связаны в значительной мере с удовлетворением внешнего спроса и слабо влияет на рост потребления. Рост импорта заметно уменьшает инвестиции и влечет за собой падение потребления.

В то же время, положительный торговый баланс демонстрирует высокую прямую связь с ростом ВВП. Указанное обстоятельство показывает, что рост ВВП в стоимостном выражении обусловлен в значительной степени приростом долговых обязательств других стран перед Францией, а не повышением реального уровня благосостояния народа.

Всё вышесказанное можно рассматривать как факторы, влияющие на появившееся во Франции политическое движение по выходу из ЕС.

Можно рассматривать как предвестник интенсивного этапа развития экономики Франции очень высокую связь занятости и НИОКР, что свидетельствует о росте занятости именно в сфере НИОКР.

**Литература**

1. Всемирный банк [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.worldbank.org> (дата обращения: 12.03.2017).
2. Статистика Европейской комиссии ООН [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.unece.org/statistics/stats/stats.html> (дата обращения: 12.03.2017).

3. Статистика ООН [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://unstats.un.org/unsd/economic\\_main.htm](http://unstats.un.org/unsd/economic_main.htm) (дата обращения: 02.05.2016)
4. InternationalEnergyAgency [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.iea.org/statistics/> (дата обращения: 10.02.2017).
5. Maddison-Project [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.ggdgc.net/maddison/maddison-project/abstract.htm?id=4> (дата обращения: 05.03.2017).
6. National Institute of Statistics and Economics. France [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.bdm.insee.fr/> (дата обращения: 10.02.2017).

**УДК 35.075**

***Е.Р. Булатова, студент***

*Научный руководитель: В.Н. Медведева, канд. экон. наук, доцент  
г. Ставрополь, филиал Московского технологического университета*

## **РОЛЬ МФЦ В ПОВЫШЕНИИ ДОСТУПНОСТИ ГОСУДАРСТВЕННЫХ И МУНИЦИПАЛЬНЫХ УСЛУГ**

МФЦ – это государственное учреждение, которое выполняет функцию взаимодействия между органами власти городского или общероссийского масштаба и, собственно, обычными людьми, которые нуждаются в услугах, предоставляемых подобными структурами.

Целью создания данных центров является упрощение россиянам доступа к услугам властных органов, которые могут понадобиться в той или иной жизненной ситуации. Разветвленная система центров позволяет гражданину получить услугу недалеко от места его проживания и без очередей. В результате экономится не только время, но и нервы, ведь никто из нас не любит ходить по инстанциям.

Правовое регулирование деятельности МФЦ осуществляется на основе Федерального закона № 210-ФЗ от 27 июля 2010 года. Он определяет правила организации службы, обязанности и права самих центров, а также государственных органов в плане сотрудничества с МФЦ[1]. Государственные услуги оказываются на основании соглашений о взаимодействии органов друг с другом и со службой «одного окна». В соответствии с этим законом, муниципальные и государственные органы обязаны предоставлять МФЦ запрашиваемые сведения, а также доступы к информационным системам, в которых такие данные содержатся. Этот документ также определяет список услуг, которые осуществляются через офисы и центры службы.

Более точные правила организации и работы подразделений МФЦ установлены в Постановлении Правительства № 1376 от 22 декабря 2012 года. Оно определяет минимальные нормативные требования к таким критериям, как материально-техническое и информационное обеспечение МФЦ, режим работы, расположение, занимаемая площадь помещения центра (офиса), количество функционирующих окон и др. [2].

В функции МФЦ входит организация получения услуг, осуществляемых следующими органами и службами:

- Пенсионный фонд – выдача сертификата на материнский капитал и рассмотрение заявлений на распоряжение им, постановка граждан на учет, прием заявлений на получение льгот или отказ от них, прием заявлений о переходе в негосударственный пенсионный фонд, прием заявлений об установлении пенсии и доплаты к ней, информирование о состоянии пенсионного счета, о социальной помощи, о пенсионном законодательстве.

- Министерство внутренних дел – предоставление необходимых сведений о наличии (отсутствии) судимости, о факте уголовного преследования или его прекращении, об административных правонарушениях в сфере правил дорожного движения.

- Федеральная служба судебных приставов – информирование о наличии исполнительных производств относительно граждан и юридических лиц.

- Федеральная миграционная служба (с 2016 года действует как подразделение МВД) – прием и выдача документов о постановке на учет по месту жительства или пребывания (в том числе регистрация лиц без гражданства и иностранцев), оформление общегражданского паспорта, прием документов на международный паспорт (полное оформление загранпаспорта на сегодняшний день в МФЦ не проводится. В центрах можно только сдать документы для проведения данной процедуры, но его выдача производится, как и прежде, в указанный срок в ФМС).

- Органы записи актов гражданского состояния – регистрация рождения и смерти человека, регистрация и расторжения брака, выдача необходимых справок и выписок.
- Росимущество – предварительное согласование и предоставление земельных участков, выдача выписок из Реестра федерального имущества.
- Росреестр – регистрация прав на недвижимость и сделок с ней, постановка на кадастровый учет, предоставление сведений из Реестра недвижимости и Кадастра.

Свою деятельность многофункциональные центры, оказывающие государственные и муниципальные услуги, начали в России в 2010 году. В последнее время этот процесс пошел особенно активно. По информации Министерства экономического развития, сегодня в стране действуют более 2,7 тысячи центров и более 10 тысяч офисов МФЦ. Сеть охватила как крупные города, так и небольшие населенные пункты страны. Обратившись в данную службу, около 94% жителей страны имеют возможность обратиться в государственные органы.

Обратившись в МФЦ можно получить необходимые госуслуги региональных органов исполнительной власти и органов местного самоуправления. Их перечень насчитывает более 70 наименований. Они содержат широкий спектр услуг в различных направлениях: постановка в очередь на место в детском саду, решение вопросов усыновления детей, начисление льгот. Кроме этого, ведется передача через МФЦ показаний приборов учета воды и электричества, проводится постановка на учет на биржу труда, инициирование процесса выдачи разрешения на строительство или перепланировку квартиры. Некоторые МФЦ оказывают содействие в получении лицензий, разрешений на установку рекламных конструкций, охотничьего билета и так далее [4].

Министерство экономического развития России руководит проектом по вводу и развитию службы многофункциональных центров. Также, процесс строительства и открытия новых офисов службы МФЦ контролируется региональными властями и органами местного самоуправления. Сеть центров регионы развивают в основном за счет собственных средств, однако при необходимости им может быть выделена необходимая помощь федерального бюджета.

По статистике на сегодняшний день выделяют 5 регионов занимающих лидирующие места по количеству действующих многофункциональных центров. Первое место занимает город Москва (65 отделений), второе – Краснодарский край (59 МФЦ), на третьем месте рейтинга располагается Ростовская область (56 служб «одного окна»), предпоследнее место – Московская область (49 отделений МФЦ) и завершает рейтинг Воронежская область (39 действующих «окон»). Данная статистика представлена на рисунке 1.

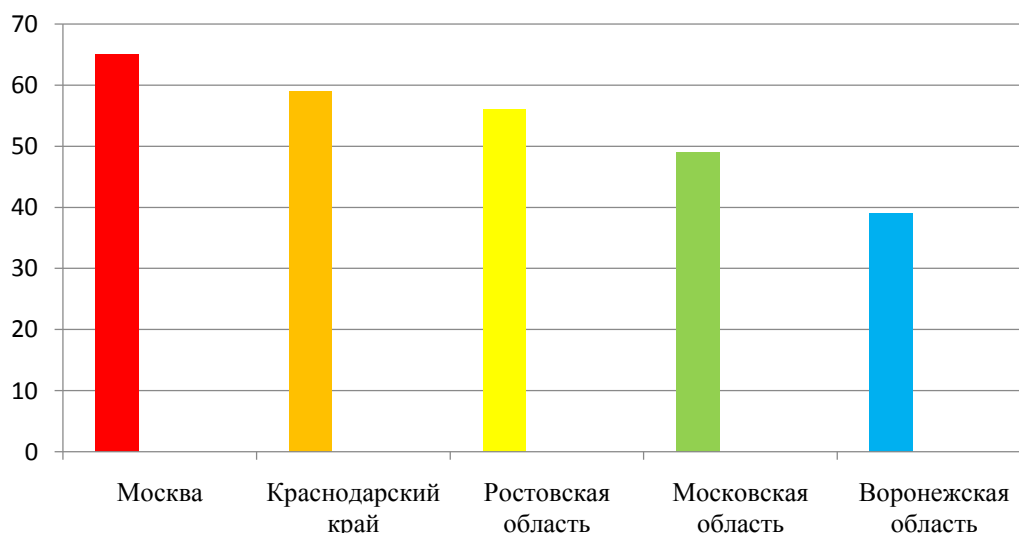


Рис. 1. Рейтинг субъектов РФ по количеству МФЦ

В некоторых регионах нашей страны, таких как: город Севастополь, Иркутская область, Республика Крым, Республика Марий Эл, по-прежнему нет действующих центров МФЦ. Следовательно, жители вынуждены обращаться за необходимой помощью в соответствующие инстанции [3].

Наиболее частыми проблемами, с которыми сталкиваются люди при обращении в государственные органы, являются:

1. Очереди;

2. Предоставление объемного пакета документов, сбор которых влечет за собой посещение всех необходимых инстанций;
3. Необходимость обращаться повторно;
4. Режим работы учреждения, не позволяющий людям успевать на прием к тому или иному специалисту;
5. Плохо организованный процесс информирования посетителей об услугах органа и т.д.

Создание единой службы существенно влияет на повышение эффективности процесса получения гражданами услуг государственных органов. Режим работы в учреждениях разных городов определен так, чтобы посетители смогли воспользоваться их услугами в нерабочее время. Есть отделения, работающие до 21:00, а также по субботам. А в крупных городах России центры работают с 8:00 до 20:00 ежедневно без выходных.

Но, несмотря на удобство создания МФЦ, можно выделить ряд проблем, которые характерны для большинства регионов. К ним можно отнести:

- 1) отсутствия регламентов деятельности многофункциональных центров;
- 2) предоставление не полного перечня государственных и муниципальных услуг;
- 3) качество предоставления услуг, входящих в компетенции отделений МФЦ;
- 4) кадровые проблемы.

По своему значению вышеперечисленные проблемы разнообразны, но при этом все они направлены на улучшение продуктивности деятельности центров.

Для повышения доступности, оказываемых многофункциональными центрами, услуг необходимо разрешить имеющиеся проблемы. На мой взгляд, их решение увеличит количество обращений и улучшит качество обслуживания посетителей.

Для их решения целесообразно разработать, подготовить и провести следующие мероприятия:

- 1) создать регламент деятельности, единый для всех центров страны;
- 2) расширить спектр взаимосвязи центров с государственными и муниципальными органами;
- 3) увеличить перечень предоставляемых услуг.

Вопросы о деятельности многофункциональных центров не стоят на месте – в законодательстве рассматриваются вероятности для расширения ее полномочий, то есть перечень услуг будет расширяться. Так, к примеру, с конца 2016 года в «окнах» центров можно обменять старые водительские права на новые или восстановить их в случае утраты (ранее эта процедура была возможна только в ГИБДД).

Кроме того, службы вырабатывают вспомогательные услуги, которые делают обращение клиентов максимально комфортным. Например, производится установка терминалов оплаты и копировальной техники, банкоматов, в некоторых отделениях центров проводится предоставление нотариальных и юридических услуг, а также посетители имеют свободный выход в Интернет.

Таким образом, после рассмотрения основной деятельности МФЦ, можно сделать вывод, что процесс организации общения населения страны с органами власти находится в состоянии постоянного совершенствования и направлен на повышение доступности государственных и муниципальных услуг.

#### **Литература**

1. Об организации предоставления государственных и муниципальных услуг: федер. закон РФ от 27 июля 2010 года № 210-ФЗ // КонсультантПлюс.
2. Об утверждении Правил организации деятельности многофункциональных центров предоставления государственных и муниципальных услуг: пост. Правительства РФ от 22 декабря 2012 года № 1376 // Консультант плюс.
3. Абидова С.А., Дранникова Е.А, Лепахова Е.Н. и др. Актуальные проблемы, тенденции и перспективы развития экономики региона: монография / Под ред. В.Н. Медведевой. – Ставрополь: Издательско-информационный центр «Фабула», 2014.
4. Попов Г.Ю., Медведева В.Н. Формирование стратегии развития муниципального образования / Г.Ю. Попов, В.Н. Медведева // Актуальные проблемы современной науки. – Ставрополь: СевКавГТИ, 2014. – 168 с.

## ОСОБЕННОСТИ КАРТЕЛЬНЫХ СОГЛАШЕНИЙ В РОССИИ

Актуальность данной статьи подчеркивается тем, что картельные соглашения помогают преодолению производственного кризиса фирм, путем установления баланса спроса и предложения на отраслевом рынке, а также развитию малых и средних предприятий, их выходу на внешний рынок. Но помимо положительных сторон возникновения подобных соглашений имеются и отрицательные: картели мешают развитию нормального уровня конкуренции на рынке. В соответствии с Федеральным законом «О защите конкуренции» антиконкурентное соглашение определено как ограничивающее конкуренцию соглашение хозяйствующих субъектов или хозяйствующих субъектов и органов власти. В теории и практике регулирования отсутствует однозначное понимание понятия картелей.

Н. Гурин и А. Кириллина, рассматривающие картель как традиционный способ взаимодействия конкурентов, дают ясное представление о том, как происходит кооперация фирм внутри картеля [2]. На основе незаконного сговора конкурентов происходит монополизация рынка, что приводит к подрыву основ рыночной экономики и к искусственному росту цен. Целью данной статьи является исследование условий возникновения, стимулов к нарушению и способов поддержания картельных соглашений, а также анализ существующих картелей.

На любом олигопольном рынке фирмы стремятся координировать свою производственную деятельность и политику ценообразования, ограничивая объем выпуска фирм (квот) и назначения одинаковых цен для увеличения совокупной прибыли отрасли индивидуальных прибылей каждой фирм. Фирмам чрезвычайно рентабельно заключать картельные соглашения. Если картель включает все фирмы, действующие в отрасли, отрасль превращается в монополию, и фирмы получают монопольную прибыль. Но если картель уже сформирован и эффективно ограничивает выпуск и цену на рынке, у каждой фирмы появляется стимул нарушить картельное соглашение, увеличивая выпуск квот или понижения цены. В этом случае фирма-нарушитель привлекает дополнительных потребителей, в результате чего её выручка растёт. Для поддержания картельных соглашений в течение продолжительного времени требуются дополнительные усилия продавцов – участников соглашений. В противном случае картельные соглашения будут недолговечными [1, с. 216].

Циклические колебания спроса определяют в свою очередь склонность отраслей к концентрации, протекающей в различных формах – от координации цен до создания в отрасли картеля [5, с. 98; 9, с. 88]. В этой связи особую значимость принимают вопросы антимонопольного регулирования [13, с. 28].

Известно, что фирмы, действующие в условиях свободно конкурентного рынка, максимизируют прибыль. В конкурентной отрасли каждая фирма рассматривает уменьшение своего выпуска только с точки зрения своих собственных выгод и не учитывает последствия своих действий для конкурентов (других фирм), хотя сокращение выпуска даже одной фирмы в отрасли выгодно и всем прочим, поскольку уменьшает совокупное предложение отрасли и увеличивает равновесные цены. Таким образом, возникает своего рода внешний эффект, который в условиях свободной конкуренции не принимается во внимание. Наоборот, картельное соглашение учитывает эти последствия действий одной фирмы для увеличения прибыли всех участников. Поэтому картель, как отрасль производит меньше объема, чем рынок свободной конкуренции. Картель интернализирует внешние эффекты сокращения выпуска каждой фирмы для остальных фирм, так что последствия этих внешних эффектов становятся внутренним делом каждого картеля [1, с. 217].

Что касается организационного строения, то картели никогда не имеют ясно выраженного доминирующего звена. Соглашения достигаются в результате договоренностей и встреч руководства производственных структур, которые сохраняют свою самостоятельность. Макроструктуры картельного типа имеются во всех странах мира. Однако вследствие развития антимонопольного (антикартельного) законодательства картели, которые были организованы в XX веке уже почти исчезли. Сейчас соглашение об образовании картеля практически не оформляется договором в письменном виде. Картельное соглашение часто существует негласно, в виде секретных статей, дополняющих какой-либо официальный текст, либо в устной форме «джентльменских соглашений». Фирмы, вступающие в картельное соглашение, сохраняют свою юридическую, финансовую, производственную и коммерческую самостоятельность. Речь идет о распространении скрытой формы картелей.

В России за последние десять лет тема картелей является особо насущной и приоритетной. В уголовном кодексе РФ зафиксировано, что картельные соглашения приводят к негативным экономическим последствиям, таким как раздел рынка и дефицит товаров на нём. ФАС довольно часто проводят внеплановые проверки офисов, которые подозреваются в картельных сговорах. Если данные подозрения подтверждаются, то организация выплачивает штраф, который зависит от общегодового оборота. В среднем, большинство штрафов, накладываемых ФАС составляют десятки и тысячи миллиардов рублей. В 2009 году на территории России были ужесточены меры ответственности. В 2012 году был принят Третий антимонопольный пакет, который содержит законы для борьбы с антиконкурентными сговорами [4]. Но, несмотря на активную борьбу с картельными соглашениями они всё же продолжают существовать. По словам начальника управления по борьбе с картелями ФАС Андрея Тенишева: «За 2016 год мы пока не подводили итогов, но предварительно порядка 30% рост (картелей – прим. ред.). Всего ФАС выявляет в год порядка 600 разного рода антиконкурентных соглашений, в том числе и соглашений с участием органов власти» [14]. Также А. Тенишев добавил, что в 2015 году антимонопольная служба возбудила 409 дел, среди которых 82% составляли сговоры на торгах. При этом в 243 делах фигурировали органы власти

19 августа 2016 года в прессе появилось сообщение о выявлении ФАС в Москве и Подмоскowie противозаконной деятельности картеля, состоящего из семи компаний, специализирующихся на поставке лекарственных средств [3]. Участники соглашения помогали друг другу поддерживать высокий уровень цен, препятствуя снижению цен на лекарства и медицинскую технику. Все участники придерживались определённой схемы: при участии в тендерах на поставку медицинской техники и лекарств в учреждения здравоохранения, они лишь создавали видимость конкуренции, государственные контракты доставались участнику по начальной стоимости – остальные лишь искусственно обозначали борьбу. Сумма сговора при проведении торгов составила чуть меньше 1,5 млрд рублей. В этот же период был выявлен самый массовый российский картель, специализирующийся на объединении участников тендеров на поставку для нужд отдельных ведомств (МВД, таможенных органов, ФСБ) вещевого имущества.

В ходе внеплановой проверки ФАС России компании ООО «Салин Трейд» было выявлено ещё одно антиконкурентное соглашение на рынке пищевой соли между ООО «Гроссери», ЗАО «ТДС», ООО «Велес Групп», ООО «Соль Брянска» и ООО «ТДС Ростов» [10]. Предметом соглашения являлся раздел товарного рынка оптовых поставок пищевой соли в географических границах Российской Федерации. Участники соглашения разделили рынок между собой по некоторым принципам: территориальному, по объёму продажи и ассортименту реализуемых товаров, по составу покупателей. Кроме того, они договорились не поставлять продукцию в незакреплённый за ними регион без письменного разрешения ответственного за регион предприятия. Данное соглашение было заключено между хозяйствующими субъектами-конкурентами, которые осуществляли продажу товаров на одном товарном рынке. Участники картеля, за свою деятельность, получили штраф на сумму более 4,6 млн рублей.

В конце 2002 года два крупнейших в России металлургических комбината – Магнитогорский и Новолипецкий – заявили о создании стратегического альянса. Директора предприятий договорились проводить согласованную ценовую и сбытовую политику, по возможности исключая взаимную конкуренцию на внешних и внутренних рынках, то есть заключили картельное соглашение. Поэтому заявление руководителей металлургических заводов не могло не привлечь внимания МАПа. Однако, чиновники ведомства не приняли мер по регулированию сговора, так как в состав акционеров Магнитогорского металлургического комбината входит государство. Крупный бизнес в России крайне политизирован. За многими картельными соглашениями в сырьевых отраслях и тяжелой промышленности стоят политические интересы [11].

Сейчас в нашей стране предпринимаются все попытки борьбы с картелями. Но несмотря на незаконность картельных соглашений и на их вред экономике, есть всё же и положительные стороны. Подобные эффекты рынков с высокой концентрацией рассмотрены в работах Любященко С.Н, Мамонова В.И. [6–8]. Исследование взаимосвязи между структурной концентрацией и результатами функционирования рынка в условия образования стратегических групп свидетельствуют о том, что лучшая результативность отрасли может быть достигнута в рамках структуры с более высоким уровнем концентрации [13; с. 149; 12, с. 25].

#### Литература

1. Авдашева С.Б., Розанова Н.М. Теория организации отраслевых рынков: Учебник. – М.: ИЧП «Издательство Магистр», 1998. – 320 с.



2. Гурин Н. Картели и их влияние на экономику государства: анализ российского законодательства // Конкурентное право. – 2011. – № 2. – С. 23–28.
3. Картели в экономике: история и современность [Электронный ресурс]. URL: <http://moneymakerfactory.ru/spravochnik/kartel/> (дата обращения: 27.03.17).
4. Картель [Электронный ресурс]. URL: <https://utmagazine.ru/posts/9528-kartel> (дата обращения: 19.03.17).
5. Любященко С.Н., Мамонов В.И. Рыночная концентрация в условиях группирования предприятий и экономическая эффективность // Вестник НГУЭУ. – 2013. – № 3. – С. 92–106.
6. Любященко С.Н. Оценка уровня экономической концентрации и результаты функционирования рынка // Научно-технические ведомости Санкт-Петербургского государственного политехнического университета. Экономические науки. Санкт-Петербург: СПбГПУ, 2006. – № 6. – С. 34–38.
7. Любященко С.Н. Тенденции структурной концентрации в отраслях промышленности в условиях кризиса // Наука. Промышленность. Оборона: Труды X Всероссийской научно-технической конференции / Под ред. В.Е. Левина, В.И. Мишнева. – 2009. – С. 244–247.
8. Lyubiyaschenko S.N. Globalization as a cause of transformation of the structure of Russian industry // North-East Asia Academic Forum. – China, 2013. – С. 118–123.
9. Мамонов В.И., Любященко С.Н., Бородин В.А. Динамика структурной концентрации и ее влияние на показатели деятельности промышленных предприятий // Вестник НГУЭУ. – 2012. – № 4. – С. 92.
10. Наиболее важные дела 2013 года [Электронный ресурс]. URL: <http://fas.gov.ru/upload/mediaarchive/presentation/Наиболее%20важные%20дела%20ФАС%20России%20в%202013%20г..pdf> (дата обращения: 27.03.17).
11. Союз противников [Электронный ресурс]. URL: <http://www.kommersant.ru/doc/861757?fp> (дата обращения: 27.03.17).
12. Чепунова С.Н. Оценка уровня структурной концентрации и результаты функционирования рынка: автореф. дис. ... канд. экон. наук. – Новосибирск, 2004. – 29 с.
13. Чепунова С.Н. Оценка уровня структурной концентрации и результаты функционирования рынка: дис. ... канд. экон. наук. – Новосибирск, 2004. – 125 с.
14. Число обнаруженных картелей в РФ в 2016 году может вырасти на 30% [Электронный ресурс]. URL: <http://tass.ru/ekonomika/3864207> (дата обращения: 27.03.17).

**УДК 336.71**

***О.П. Варфоломеева, студент***

*Научный руководитель: Э.Р. Ковалева, канд. экон. наук, доцент  
г. Казань, Казанский инновационный университет им. В.Г. Тимирязева*

## **ЗАДАЧИ КРЕДИТНЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ В ЦЕЛЯХ ПРОТИВОДЕЙСТВИЯ ЛЕГАЛИЗАЦИИ ДОХОДОВ, ПОЛУЧЕННЫХ ПРЕСТУПНЫМ ПУТЕМ**

В непростой экономической ситуации необходимо принимать во внимание тот факт, что управление риском вовлечения кредитной организации в процессы легализации незаконных доходов и финансирования терроризма и распространения оружия массового уничтожения является динамичным и непрерывным процессом. Так как множество организаций, предприятий находятся на грани своего существования, некоторые из них используют нелегальные средства для улучшения своего финансового положения.

В России ущерб, который наносит экономике и обществу легализация преступных доходов, очень сложно оценить, так как во многих экономических преступлениях действуют отмывочные схемы, а, с учетом тесной связи легализации преступных доходов с бегством капитала, коррупцией, использованием российскими компаниями и банками офшорных юрисдикций для сокрытия источника происхождения доходов и уклонения от налогов, подсчет реального объема средств крайне сложен [4, с. 168].

Легализация доходов, полученных преступным путем (или, по сути, отмывание денег), производится путем внедрения «грязных» денег в финансовую систему через банковский сектор. Мошенники проводят многочисленные операции, которые принимают легальный вид даже на взгляд обывателя и любого надзорного органа. Для этого чаще используются средства, которые могут включать в себя разбивку денег на меньшие денежные суммы, покупка мелких предприятий, сопричастность сотрудников кредитных организаций [3, с. 7].

К основным схемам отмывания финансовых средств, полученных преступным путем, относятся:

- электронный перевод денежных средств;
- корреспондентские отношения банков;
- оплата через счет;
- приват банкинг;

– структурирование.

Электронный перевод денег дает большие возможности мгновенного перевода денег тем лицам, которые отмывают деньги даже между государствами или между счетами. Данный способ чаще используется уже на втором этапе отмывания денег – на уровне сделок. Для того чтобы усложнить сделку, рассеять внимание надзорных органов, лица, целью которых является отмывание денег, осуществляют множественные переводы незаконных денег по счетам банка и даже по счетам разных банков [2, с. 140].

Корреспондентские отношения банков – это обеспечение корреспондентских отношений одного банка с другим банком. Данные отношения выгодны для отмывания денег тем, что банк может производить финансовую сделку в пользу клиента другого банка, с которым он вовсе незнаком, получается это юридическое или физическое лицо не идентифицировано. Так же выгодной эта схема может быть из-за суммы сделки, потому что корреспондент может осуществлять крупные финансовые сделки для клиента. Это так же создает трудности в распознавании сомнительной сделки [2, с. 141].

Оплатой через счет называется сделка финансового передвижения, которая включает в себя перевод денег, поступление, расход со счета, осуществляемая клиентом без информирования банка-корреспондента. Так же здесь есть возможность клиента другого зарубежного банка регулировать деньги в банке-корреспонденте. Обычно эта услуга предлагается клиентам на основании взаимного согласия между банком-корреспондентом и банком-респондентом. Но во многих случаях банк-корреспондент не информирован о клиенте банка-респондента использующем оплату через счет. Что также привлекает использование этой услуги в целях отмывания средств [2, с. 142].

Приват банкинг обычно оказывается специальным клиентам. Этот банковский продукт чаще всего попадает под государственный надзор из-за сильной конкуренции между банками. Так как такая напряженная конкуренция заставляет сотрудников банка оказывать услуги на высоком уровне, исполнять желания особых клиентов, а также увеличить собственные активы, в целях увеличения собственной прибыли. Данная форма может стать подходящей для клиентов, отмывающих деньги, которые ищут конфиденциальность и благоприятные условия. В международной практике для скрывания реального хозяина большой суммы денежных средств, приобретенных коррупционным путем, этим пользуются больше всего выдающиеся политические деятели. Средствами, которых являются частные инвестиционные компании, созданные для хранения активов отдельных лиц в оффшорных зонах и шелл фирмы, сформированные для хранения анонимности клиента и уклонений от разных налогов [2, с. 142].

Структурирование – это схема сделок, построенная для несдачи отчета, сохранности сведений, избежание критериев контроля сделок. Структурирование – самый распространенный метод отмывания денег. Во многих странах это считается преступной деятельностью и при наличии такого состояния банки должны предъявить отчет подозрительных сделок. Отмыватели денег обычно для осуществления этой схемы используют разных физических лиц. Эти лица, приходят в разные банки, вкладывают наличность на счета, суммой, которая не превышает или близка к лимиту.

Структурирование в жизни может реализоваться в разных формах. Таких как, например, клиент производит сделку в очень крупной сумме, разделяя ее на две или больше частей, или крупную сумму сделки, разделённую на мелкие части, приводит в действие посредством двух или более лиц. Или небольшие суммы денежных средств во множественном количестве переводятся в разные страны, разным лицам, на разные счета [2, с. 143].

Существуют требования законодательства к совокупности мер, осуществляемых кредитными организациями и направленные на противодействие отмывания доходов и финансирования терроризма (ПОД/ФТ):

- 1) идентификация клиентов, их выгодоприобретателей и бенефициарных владельцев;
- 2) оценка риска осуществления клиентами отмывания доходов, полученных преступным путем, и финансирования терроризма;
- 3) мониторинг за операциями, подлежащими обязательному контролю;
- 4) мониторинг за необычными операциями;
- 5) направление сообщений в Росфинмониторинг;
- 6) осуществление мер по противодействию финансированию терроризма и экстремистской деятельности;
- 7) документальное фиксирование и хранение информации об операциях, подлежащих обязательному и факультативному мониторингу;
- 8) подготовка и обучение кадров;

9) предоставление информации по запросам Росфинмониторинга;

10) обеспечение конфиденциальности мер, принимаемых субъектом финансового мониторинга [1, с. 37].

Основой обеспечения безопасности и устойчивости операций банка является система внутреннего контроля. Она должна обеспечивать надлежащий уровень надежности, соответствующий характеру и масштабам проводимых банком операций [7, с. 43].

В связи с этим, на наш взгляд, основными задачами кредитных организаций в целях ПОД/ФТ должны являться:

- создание кредитной организацией самостоятельного подразделения по противодействию отмыванию доходов с присвоением ему таких функций как отбор, аккумуляция, обработка информации о совершаемых операциях;

- осуществление до начала договорных отношений с клиентом идентификации (с присвоением уровня риска) клиентов, представителей клиентов и (или) выгодоприобретателей, а также принятие обоснованных и доступных мер по идентификации бенефициарных владельцев (бенефициаров), а также обновление на регулярной основе информации о клиентах, представителях клиентов, выгодоприобретателях и бенефициарах, полученной на этапе их первичной идентификации;

- повышение внимания к любым операциям с денежными средствами или иным имуществом, осуществляемым физическими или юридическими лицами, имеющими регистрацию, место жительства или место нахождения в государстве, которое не выполняет рекомендации Группы разработки финансовых мер борьбы с отмыванием денег (ФАТФ), либо с их участием, либо от их имени или в их интересах, а равно с использованием счета в банке, зарегистрированном в указанном государстве;

- исполнение непрерывного процесса оценки рисков отмывания денег и финансирования терроризма по установленным группам риска и поддержание эффективности системы внутреннего контроля по ПОД/ФТ кредитной организации на уровне, достаточном для управления риском легализации (отмывания) доходов, полученных преступным путем, и финансирования терроризма в соответствии с требованиями Положения Банка России от 2.03.2012 № 375-П «О требованиях к правилам внутреннего контроля кредитной организации в целях противодействия легализации (отмыванию) доходов, полученных преступным путем, и финансированию терроризма»;

- разработка, внедрение и непрерывное совершенствование соизмеримых стратегий управления рисками и снижение выявленных рисков отмывания денег и финансирования терроризма;

- эффективное распределение использования ресурсов с учетом приоритетов и концентрации основных усилий на наиболее существенных рисках;

- недопущение проведения подозрительных операций кредитной организации путем периодического пересмотра самих процедур управления рисками, возникающими в связи с возможным использованием клиентами своих счетов в целях отмывания денег, финансирования терроризма или распространения оружия массового уничтожения, на предмет их эффективности в современных условиях внешней среды, а также соответствия целям и задачам дальнейшего развития самой кредитной организации, закрепление результатов проведенного анализа с назначением ответственного лица за его исполнение.

Обобщение результатов российской и мировой практики позволяет сделать вывод, что для кредитных организаций последствия риска вовлечения в процессы легализации (отмывания) доходов, полученных преступным путем, и финансирования терроризма в первую очередь представляет финансовые потери, возникающие вследствие реализации данного риска и одновременного возникновения других банковских рисков – правового, операционного, риска потери деловой репутации и риска концентрации [8, с. 38].

Отмывание денег приводит к опустошающим социальным последствиям и является угрозой национальной безопасности. Выявление и предотвращение операций, направленных на отмывание денег и финансирование терроризма, является первостепенной задачей, так как существование таких незаконных операций отражается в виде уменьшения доходов на всех уровнях бюджетной системы, увеличения расходов, разбалансированной государственной денежно-кредитной политики страны.

Настроить эффективную систему внутреннего контроля в банке можно посредством пересмотра и разработки внутренних документов по организации внутреннего контроля и системы управления рисками, в том числе стандартов внутреннего аудита и контроля, стандартов по вопросам управления банковскими рисками, стандартов информационной безопасности, введения единой базы рисков (комплексный учет и мониторинг), четкого разделения полномочий и разграничения рискованных направлений деятельности, которые требуют особого внимания и контроля.

Разработанные пути будут способствовать совершенствованию работы кредитных организаций в целях противодействия отмыванию доходов, полученных преступным путем. Выполнение выработанных задач позволит уменьшить риск вовлечения кредитной организации в процессы легализации незаконных доходов, обеспечить безопасность и надежность операций банка.

#### Литература

1. Корзан, Е.А. Банки в системе отмывания доходов, полученных преступным путем / Е.А. Корзан // В мире науки и инноваций: сб. ст. – Пермь, 2016. – С. 262.
2. Латифов, К.Ф. Основные методы отмывания денег, полученных преступным путем в банковском секторе / К.Ф. Латифов // Проблемы теории и практики современной науки: сб. науч. тр. – Москва, 2016. – С. 139–143.
3. Лебедева, М.Е. Актуальные проблемы коммерческих банков при выполнении функций ПОД/ФТ / М.Е. Лебедева, С.Б. Гладкова // Известия Санкт-Петербургского государственного экономического университета. – Санкт-Петербург, 2016. – № 2. – С. 41–45.
4. Лебедева, М.Е. Обзор опыта России и зарубежных стран в сфере организации ПОД/ФТ / М.Е. Лебедева // Ученые записки международного банковского института. – 2016. – № 16. – С. 167–175.
5. О противодействии легализации (отмыванию) доходов, полученных преступным путем, и финансированию терроризма: Федеральный закон от 7 августа 2001 № 115-ФЗ // Собрание законодательства. – 2001. – № 33. Часть I (13 авг.). – Ст. 3418.
6. О требованиях к правилам внутреннего контроля кредитной организации в целях противодействия легализации (отмыванию) доходов, полученных преступным путем, и финансированию терроризма: положение Банка России от 2 марта 2012 г. № 375-П // Вестник Банка России. – 2012. – № 20 (18 апр.).
7. Ревенков, П.В. Финансовый мониторинг в условиях интернет-платежей / П.В. Ревенков. – М.: КноРус, ЦИПСИР, 2016. – С. 64.
8. Шаманина, Е.И. Актуальные вопросы противодействия незаконным финансовым операциям в банковской сфере / Е.И. Шаманина // Деньги и кредит. – 2014. – № 5. – С. 34–38.

#### УДК 338.1

**С.С. Мозговая, О.А. Васинюк, студенты**

*Научный руководитель: Е.А. Бритикова, канд. социол. наук, ст. преподаватель  
г. Краснодар, Кубанский государственный аграрный университет им. И.Т. Трубилина*

### ИННОВАЦИОННЫЙ ПОТЕНЦИАЛ РЕГИОНА (НА ПРИМЕРЕ КРАСНОДАРСКОГО КРАЯ)

Одним из главных факторов развития региона является формирование и эффективное использование инновационного потенциала. Оценка инновационного потенциала региона имеет большое значение для обоснования инновационной политики региона и разработки программ развития с учетом эффективного использования инновационных ресурсов.

Инновационный потенциал региона целесообразно представить как систему, образуемую тремя направлениями:

- 1) условия и ресурсы;
- 2) факторы готовности к инновационной деятельности;
- 3) результаты инновационной деятельности.

При этом, действуя в одном направлении, указанные условия, ресурсы и факторы развития потенциала становятся основой положительной динамики роста региона.

Для того чтобы раскрыть инновационный потенциал региона используют основные подходы, представленные в таблице 1.

Таблица 1

#### Основные подходы к раскрытию содержания инновационного потенциала региона

Основной подход	Сущность
Ресурсный	Подход выделяет оценку различных компонентов, которые имеют разное функциональное назначение
Результативный	Данный подход выявляет способность ресурсов приносить определенные результаты
Целевой	Данный подход определяет способность региона долговременно функционировать для достижения стратегических целей при необходимом количестве и качестве ресурсов

Рассмотрев основные подходы, можно сделать вывод, что между ними нет явных различий и они взаимосвязаны. Наличие в достаточном количестве необходимых ресурсов, их переход из одного

состояния в другое, а также наличие обслуживаемой инфраструктуры, представляет собой способность региона к реализации инновационных проектов [1].

В экономических источниках понятие «инновационный потенциал» определяется как совокупность инновационных ресурсов (материальных, финансовых, интеллектуальных и научно-технических), обеспечивающих возможность инновационной деятельности и создание инновационной технологии, продукции, услуг. В этом заключается ресурсный подход.

Инновационный потенциал региона – это его возможность формировать и использовать инновационные ресурсы, которые необходимы для инновационного развития, что в свою очередь позволяет создавать и использовать различного вида новшества, такие как новые виды товаров и услуг [2].

Ключевые задачи перехода на инновационный путь развития экономики регионов России определены в Указе Президента РФ от 7 мая 2012 г. № 596 «О долгосрочной государственной экономической политике» и заключаются в следующем:

- создание и модернизация 25 миллионов высокопроизводительных рабочих мест к 2020 г.;
- увеличение объема инвестиций не менее чем до 25 процентов внутреннего валового продукта к 2015 г. и до 27 процентов – к 2018 г.;
- увеличение доли продукции высокотехнологичных и наукоемких отраслей экономики в валовом внутреннем продукте к 2018 г. в 1,3 раза относительно уровня 2011 г.;
- увеличение производительности труда к 2018 г. в 1,5 раза относительно уровня 2011 г.

Достижение вышеперечисленных показателей требует усилий всех субъектов РФ в сфере реализации представленных задач.

Одним из наиболее привлекательных инвестиционных регионов России является Краснодарский край. В крае активно развиваются программы поддержки инновационной деятельности. Для ее стимулирования реализуются следующие мероприятия:

- 1) предоставление грантов на разработки инновационных технологий субъектам инновационной деятельности, а также организациям, внедряющим инновационные разработки в производство;
- 2) проводятся конкурсы на соискание премии администрации Краснодарского края в области инновационной деятельности «Лучший инновационный проект»;
- 3) развивается система информационной поддержки инновационной деятельности.

Из краевого бюджета выделяются субсидии на приобретение основных средств, используемых для производства инновационной продукции [4].

К основным целям государственной региональной инновационной политики в Краснодарском крае относятся:

- 1) наращивание и эффективное использование инновационного потенциала в регионе;
- 2) содействие развитию рынка технологий, практическому внедрению результатов научно-технических работ, расширению выпуска конкурентоспособной продукции (работ, услуг, технологий);
- 3) содействие обеспечению высокого темпа развития экономики, повышению уровня и качества жизни населения.

Среди основных направлений государственной региональной инновационной политики в Краснодарском крае выделяют:

- 1) определение основных научно-технических направлений, влияющих на развитие экономики;
- 2) формирование территорий научно-технического и инновационного развития экономики;
- 3) увеличение количества технопарков в производственной сфере, осуществляющих внедрение и реализацию перспективных инноваций, нацеленных на рынок;
- 4) разработка целевых программ в инновационной сфере, направленных на развитие экономики;
- 5) поддержка инновационных проектов, способствующих развитию экономики региона;
- 6) формирование эффективной системы государственного регионального регулирования, поддержки и стимулирования инновационной деятельности;
- 7) развитие инфраструктуры региональной инновационной системы и формирование инвестиционно привлекательной среды;
- 8) информирование населения о направлениях и ходе реализации научно-технической и государственной региональной инновационной политики [3].

Научно-исследовательский потенциал края – это основа развития высокопроизводительных отраслей новой экономики (информационных и биотехнологий), оказания инжиниринговых услуг, проведения фундаментальных и прикладных научных исследований, призванных стать «фундаментом» инновационной экономики региона.

Осуществление эффективной программно–целевой поддержки инновационной деятельности, формирование инновационных кластеров, эффективная инфраструктура инновационной системы, обеспечение конкурентоспособности инновационного сектора и стимулирование технологической модернизации отраслей экономики, позволит обеспечить переход к активному инновационному развитию Кубани.

Планируется создание Инновационного интернет-портала Краснодарского края. На портале будет размещаться информация обо всех инновационных проектах, а также о продукции, выпускаемой инновационными предприятиями с целью их популяризации, а также сведения о проводимых мероприятиях инновационной тематики и возможностях получения дополнительной поддержки. Основными направлениями деятельности портала являются следующие:

- сбор заявок на разработку инновационных технологий и проектов;
- размещение инновационных проектов для оценки независимыми экспертами;
- информирование субъектов инновационной деятельности о возможностях получения поддержки;
- информирование субъектов инновационной деятельности о возможности участия в мероприятиях и конкурсах;
- привлечение средств посредством краудфандинга для реализации инновационных проектов.

Особенностью Инновационного портала Краснодарского края станет региональная площадка краудфандинга, целью которой является привлечение средств на инновационные проекты. В рамках данной площадки все желающие смогут стать инвесторами и перечислить денежные средства на инновационные проекты, прошедшие проверку и оценку независимыми экспертами [5].

Краснодарский край поднялся на передовые позиции в рейтинговой оценке инновационных регионов уже в 2013 году. Эксперты Национальной ассоциации инноваций и развития информационных технологий (НАИРИТ) отмечают, что край совершил огромный скачок, опередив другие регионы России сразу на 19 позиций и заняв 4 место в рейтинге инновационной активности регионов.

На Кубани созданы довольно благоприятные условия для эффективного развития науки и предпринимательства, обеспечивающие развитие сферы инноваций.

В Краснодарском крае инновационный потенциал представлен: 135 научно-исследовательскими и опытно-конструкторскими организациями, 35 высшими учебными заведениями, 85 филиалами высших учебных заведений, более 45 научно-техническими подразделениями на промышленных предприятиях; 127 государственными и негосударственными средними профессиональными образовательными учреждениями, и образовательными учреждениями подготовки и переподготовки кадров; большим количеством информационных центров, центром трансферта технологий, а также консалтинговыми организациями. Проведенный аудит инновационного потенциала края определил высокую насыщенность всех сфер экономики края инновационными предприятиями.

Краснодарский край ставит перед собой цель, определяющую такие задачи:

- 1) формирование и развитие современной инновационной инфраструктуры как целостной системы элементов поддержки инновационно-технологических организаций в течение всего жизненного цикла инновационных проектов;
- 2) разработка и развитие отраслевой научно-производственной базы для создания и внедрения высокотехнологичной и наукоемкой продукции и технологий в производство, а также коммерциализация полученных результатов;
- 3) увеличение спроса на инновации и привлечение частных инвесторов, в том числе и иностранных, к финансированию инновационных проектов края;
- 4) формирование и развитие научно-производственных кластеров (объединений) на основе инновационно-инвестиционных проектов и программ;
- 5) разработка управленческих и экономических механизмов стимулирования вывода на рынок конкурентоспособной инновационной продукции и услуг;
- 6) популяризация и поддержка инновационно-технологического бизнеса;
- 7) поддержка частного посевного инвестирования и стимулирование поддержки инновационных бизнесов со стороны опытных предпринимателей на начальном этапе бизнеса;
- 8) содействие наиболее быстрому выходу создаваемых хозяйствующих субъектов с государственной поддержкой, а также их подразделений на режим экономической самостоятельности и устойчивого развития бизнеса.

Осуществление перечисленных мер позволит обеспечить развитие и эффективное использование инновационного потенциала в экономике края, развитие рынка технологий, внедрение результатов научно-технической деятельности, расширение выпуска конкурентоспособной продукции, работ,

услуг и технологии, а также импортозамещение наиболее важных товаров, обеспечению высокого темпа развития экономики региона, повышению уровня и качества жизни населения. Эффективная инновационная деятельность региона является одним из ключевых факторов его успешного развития [4].

По состоянию на 1 сентября 2015 г. доля продукции высокотехнологичных и наукоемких отраслей в валовом региональном продукте Краснодарского края составила 14,5%. При этом в среднем по России – 19,8%. Динамика ключевых показателей инновационной деятельности в Российской Федерации и регионе представлена в таблице 2.

Таблица 2

**Динамика основных показателей инновационной деятельности  
в Российской Федерации и Краснодарском крае**

Показатель	2013 г	2014 г.	2015г.
Объем инновационных товаров, работ, услуг в Российской Федерации, млн руб.	7 015 732	7 159 847,6	7 686 857,4
в том числе в Краснодарском крае	4 335,8	19 563,9	14 800,8
Затраты на научные исследования и разработки в Российской Федерации, млн руб.	749 797,6	847 527,0	914 669,1
в том числе в Краснодарском крае	4 669,4	5 596,5	6 792,0
Затраты на технологические инновации организаций в Российской Федерации, тыс. руб.	1112429,2	1211897,1	1 203 638,1
в том числе в Краснодарском крае	16 470,9	5589,4	2 151,6

Проанализировав таблицу 2, мы видим, что объем инновационных товаров, работ, услуг в Краснодарском крае в 2014 г. по сравнению с 2013 г. возрос более чем в 4 раза и составил 19 563,9 млн руб. Но в 2015 году этот показатель снизился и составил 14 800,8 млн руб. Затраты на научные исследования и разработки на Кубани за рассматриваемый период увеличились и составили 6 792,0 млн руб. Затраты на технологические инновации организаций в Краснодарском крае в 2015 году по сравнению с 2013 годом сократились более чем в 7 раз и составили 2 151,6 тыс. руб.

Инновационное развитие региона, влечет за собой ряд изменений в экономике России. Благодаря росту эффективности использования инноваций высвобождается часть ресурсов, которая распределяется в других сферах деятельности. Рассмотрим уровень развития инновационного потенциала в Краснодарском крае, который отображен в таблице 3.

Таблица 3

**Уровень развития инновационного потенциала Краснодарского края**

Показатель	2013 г.	2014 г.	2015 г.
Инновационная активность организаций (удельный вес организаций, осуществлявших технологические, организационные, маркетинговые инновации), процентов.	5,6	6,2	6,5
Затраты на научные исследования и разработки, млн руб.	5 979	7 093	7 557
Численность персонала, занятого НИИР, чел.	6 872	7 585	9 265
Исследователи, чел.	2 991	3 947	5 467
Техники, чел.	655	510	532
Разработанные передовые производственные технологии, единиц	4	10	35
Подано патентных заявок на изобретения, единиц.	478	492	476
Выдано патентов на изобретения, единиц.	385	414	493

Проанализировав таблицу, можно сделать вывод, что в 2015 году по сравнению с 2013 годом численность персонала, занятого исследованиями и разработками увеличилась на 2 393 и составила 9 265 человек, что показывает положительную тенденцию в развитии инноваций. Также в анализируемом периоде увеличились затраты на научные исследования и разработки, они составили в 2015 году 7 557 млн руб. В 2015 году увеличилась инновационная активность организаций и составила 6,5%. Разработанные передовые производственные технологии в 2015 году по сравнению с 2013 годом увеличились более чем в 8 раз и составили 35 единиц.

Анализ инновационного потенциала Краснодарского края показал, что проводимые на Кубани мероприятия позволят создать интегрированную инновационную инфраструктуру, повысят эффективность инвестиционно-инновационной деятельности Краснодарского края и в перспективе смогут вывести экономику региона на более высокий уровень.

**Литература**

1. Алексеев С.Г. Интегральная оценка инновационного потенциала региона // Проблемы современной экономики. – 2009. – № 2 (30).

2. Бритикова Е.А., Гайдо О.В., Крючкова В.А. Финансовое состояние предприятия как основной показатель его деятельности // Сборник статей третьей международной школы молодых ученых в области экономики и права на юге России. – 2016. – С. 18–21.
3. Бритикова Е.А., Маслак И.Н. Инструменты для прогнозирования и противодействия экономическим рискам в малом бизнесе // Сборник статей третьей международной школы молодых ученых в области экономики и права на юге России. – 2016. – С. 24–26.
4. Закон Краснодарского края от 5 апреля 2010 г. № 1946-КЗ (ред. от 1 ноября 2013г.) «О государственной поддержке инновационной деятельности в Краснодарском крае».
5. Инновационный потенциал Кубани: доклад Губернатора Краснодарского края А.Н. Ткачева. – 2013.
6. Капреева Е.Г. Инновационный потенциал как основа развития региональных инновационных систем // Инновационная деятельность. – 2009. – № 31. – С. 24–30.

УДК 332

**Ю.В. Верецагина, студент**

*Научный руководитель: Е.В. Видищева, канд. экон. наук, доцент  
г. Сочи, Сочинский государственный университет*

## **ФИНАНСОВЫЙ АНАЛИЗ СТРАХОВОЙ КОМПАНИИ «ИНГОССТРАХ»**

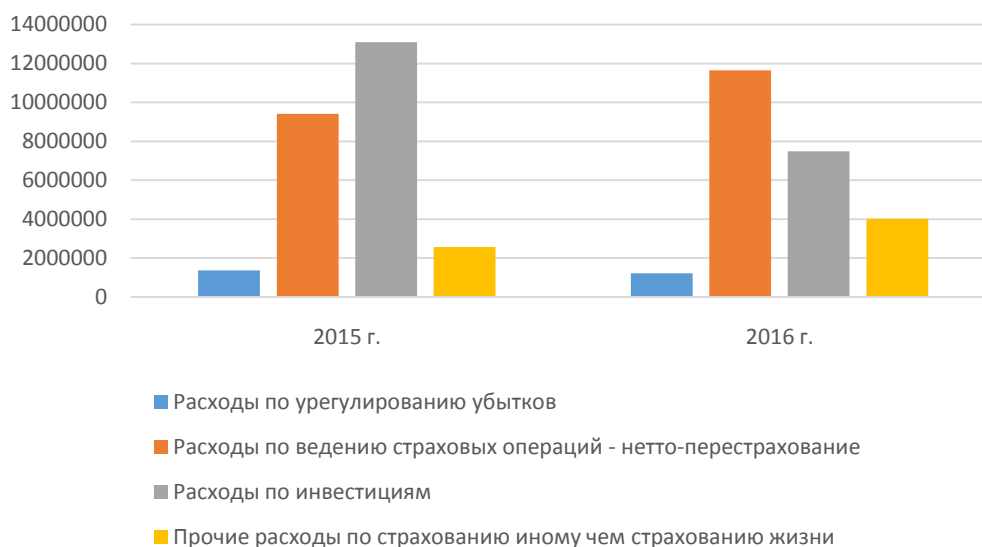
В современном обществе страхование оказывает немаловажное влияние на экономику региона в связи с возникновением неблагоприятных обстоятельств, таких как: стихийные бедствия, аварии, ограбления, несчастные случаи и др. В 3 квартале 2016 года страховой рынок показал один из наилучших результатов за несколько лет и уступил по объему сборов только 1 кварталу 2016 года. По сравнению с 3 кварталом 2015 года прирост страхового рынка составил 16% или 41.4 млрд руб. За девять месяцев 2016 года страховщики собрали 885,7 млрд руб., и это больше итогов 9 месяцев как прошлого, так и позапрошлого года. В 3 квартале 2016 года сегментом, определившим общую динамику рынка, стало страхование жизни (+23,5 млрд руб./+66,9% к 3 кв 2015г.). Рост этого рынка был обеспечен, в первую очередь, за счёт некредитного страхования жизни. В прошедшем квартале сборы по страхованию жизни впервые вплотную приблизились к объёму рынка ОСАГО (58,7 млрд руб. и 59,3 млрд руб.). [6]

Только успешно функционирующая компания сможет предоставить надежную защиту, т.е. в установленном размере компенсировать нанесенный ущерб при наступлении страхового случая. В управлении страховой компании важное место занимает финансовый менеджмент, который помогает оценить надежность страховщика путем проведения анализа финансового состояния страховой организации. В случае неудовлетворительных результатов функционирования, можно предпринять ряд решений направленных на оптимизацию деятельности в будущем.

Для примера, изучим финансовое состояние крупной страховой компании «Ингосстрах», которая предоставляет полный спектр страховых услуг.

На рис. 1 показано изменение различных видов расходов в 2016 году по сравнению с 2015 годом по страхованию иному, чем страхованию жизни в абсолютных показателях.

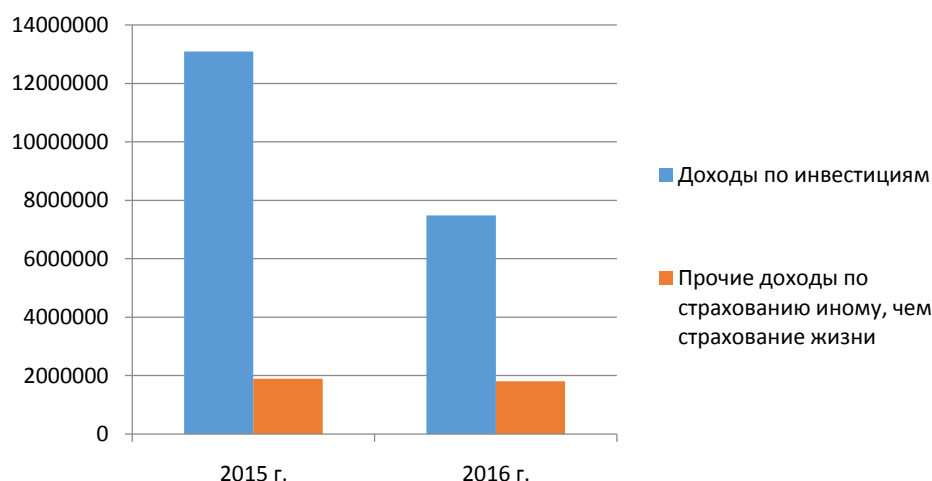




**Рис. 1. Расходы по страхованию иному, чем страхованию жизни за 3 квартал 2015, 2016 гг. (тыс. руб.)**

Проведенный анализ показывает, что расходы по инвестициям в 2016 году сократились на 5607425 тыс. руб., также сократились расходы по урегулированию убытков на 145661 тыс. руб. Однако расходы по ведению страховых операций – нетто-перестрахование и прочие расходы по иному страхованию, наоборот увеличились на 2233715 и 1453107 тыс. руб.

На Рис. 2 мы видим изменение доходов по страхованию иному, чем страхованию жизни в 2016 году по сравнению с 2015 годом.



**Рис. 2. Доходы по страхованию иному, чем страхованию жизни за 3 квартал 2015, 2016 гг. (тыс. руб.)**

На рисунке видно значительное изменение доходов по инвестициям, в 2016 году они сократились на 5607425 тыс. руб. по сравнению с 2015 годом. Прочие доходы по страхованию иному, чем страхованию жизни изменились незначительно, сократились лишь на 94901 тыс. руб.

Если рассматривать доходы и расходы обособленно, нельзя объективно оценить финансовое состояние компании. Поэтому следует в совокупности рассчитать финансовые показатели.

Для того чтобы определить способность компании исполнять принятые на себя обязательства, рассчитаем показатели финансовой устойчивости:

Таблица 1

**Показатели финансовой устойчивости**

Показатель	Норматив	2014	2015	2016	Изм., абс.
Доля собственного капитала	$\geq 0,15$	0,24	0,29	0,32	0,08
Отношение собственных средств к страховым резервам	$\geq 0,3$	0,45	0,58	0,64	0,18
Уровень долговой нагрузки	$\leq 0,35$	0,07	0,06	0,04	-0,03

Источник: Таблица составлена автором на основе бухгалтерского баланса страховщика (форма № 1) и отчета о финансовых результатах страховщика (форма № 2) за 3 квартал 2014, 2015, 2016 гг.

На основе расчета данных показателей можно сделать следующие выводы:

- На протяжении трехлетнего периода, показатели изменяются в положительную сторону, но в целом не сильно отклоняются от предыдущих лет;
- Высокая доля собственного капитала говорит о финансовой независимости компании, устойчивость страховщика вызывает доверие у страхователей и других кредиторов;
- Собственные средства покрывают страховые резервы, что также свидетельствует о финансовой устойчивости компании;
- Заемные средства, привлекаемые для деятельности компании, минимальны и компания не зависит от внешних источников заимствования.

Затем рассчитаем такой показатель, как рентабельность, который также отражает результативность деятельности:

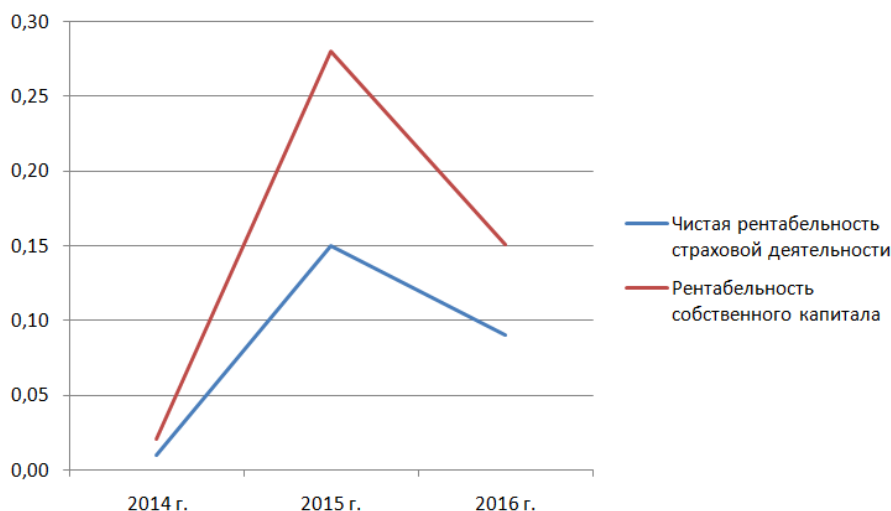


Рис. 3. Показатели рентабельности за 3 квартал 2014, 2015, 2016 гг.

В 2015 году коэффициенты чистой рентабельности страховой деятельности и рентабельности собственного капитала составили 0,15 и 0,28 соответственно, по сравнению с 2014 годом они значительно увеличились на 0,14 и 0,26, что говорит об эффективности использования собственного капитала, повышении инвестиционной привлекательности предприятия. В 2016 году рентабельность снизилась по сравнению с 2015 годом, однако показатели соответствуют нормативным.

Таблица 2

#### Показатели достаточности инвестиций

Показатель	Норматив	2014	2015	2016	Изм., абс.
Уровень покрытия инвестиционными активами страховых резервов	$\geq 0,85$	1,08	1,24	1,31	0,23
Рентабельность инвестиционного портфеля	$\geq 0\%$	3,57%	6,97%	5,21%	1,64%

Источник: Таблица составлена автором на основе отчета о финансовых результатах страховщика (форма № 2) за 3 квартал 2014, 2015, 2016 гг.

Анализируя табличные данные, можно сделать вывод, что обязательства страховой компании достаточно покрываются инвестиционными активами и за счет прибыльности инвестиционного портфеля, компания является привлекательной для вложений.

Таблица 3

#### Показатели ликвидности и платежеспособности

Показатель	Норматив	2014	2015	2016	Изм., абс.
Текущая платежеспособность	$\geq 0,85$	1,4	1,43	1,62	0,22
Текущая ликвидность	$\geq 0,5$	0,81	1,06	0,87	0,06

Источник: Таблица составлена автором на основе бухгалтерского баланса страховщика (форма № 1) и отчета о финансовых результатах страховщика (форма № 2) за 3 квартал 2014, 2015, 2016 гг.

Анализ табличных данных показывает, что страховая компания способна своевременно и в полном размере выполнять свои обязательства за счет ликвидных активов. За анализируемый период 2014–2016 гг. динамика платежеспособности и ликвидности растет.

Для того чтобы проанализировать насколько объем заработанных страховых премий покрывает расходы компании по страховым выплатам, долю издержек страховой компании, связанных с осуще-

ствлением страховой компанией своей основной деятельности, и охарактеризовать общую эффективность деятельности и финансовое положение компании в 3 квартале 2016 г., рассчитаем такие показатели как:

- Показатель убыточности =  $(\text{ф.2 стр. 2210} + \text{ф.2 стр. 2230}) / (\text{ф.2 стр. 2110} + \text{ф.2 стр. 2120}) = 0,4$
- Показатель уровня расходов (расходы на ведение дела) =  $(\text{ф.2 стр. 2220} + \text{ф.2 стр. 2600} + \text{ф.2 стр. 2920} + \text{ф.2 стр. 2910} + \text{ф.2 стр. 3100}) / \text{ф.2 стр. 2100} = 0,33$
- Комбинированный коэффициент убыточности =  $-(\text{ф.2 стр. 2200} + \text{ф.2 стр. 2600} + \text{ф.2 стр. 3100}) / \text{ф.2 стр. 2100} = 0,76$  [2, с. 16]

На основе расчета данных показателей можно сделать следующие выводы:

- Собственные страховые операции компании не убыточны;
- Издержки, связанные с основной деятельностью минимальны;
- Страховая деятельность компании эффективна.

Таким образом, после проведения финансового анализа, можно сделать вывод, что страховая компания «Ингосстрах» является надежной и успешной. По данным агентства «РИА-Рейтинг» и финансовой отчетности страховых компаний (по итогам 9 месяцев 2016 года), компания «Ингосстрах» занимает 3 место среди 7 крупнейших страховых компаний России.

Таблица 4

**Топ–7 крупнейших страховых компаний в 3 квартале 2016 года**

№	Крупнейшие страховые бренды России
1.	«СОГАЗ»
2.	«Росгосстрах»
3.	«Ингосстрах»
4.	«РЕСО-Гарантия»
5.	«Альфа Страхование»
6.	«Сбербанк Страхование Жизни»
7.	«ВТБ Страхование»

Источник: Рейтинговое агентство «РИА Рейтинг»

Результаты изучения показали высокий уровень платежеспособности, ликвидности активов, доходности капитала, компания стабильно развивается и привлекательна для инвесторов. Объем выплат по контрактам составил 27,70 млрд руб., а чистая прибыль 7,36 млрд руб.

#### Литература

1. Закон РФ от 27.11.1992 N 4015-1 (ред. от 03.07.2016) «Об организации страхового дела в Российской Федерации» (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.01.2017).
2. Варламова, Т.П. Финансовый менеджмент: Учебное пособие / Т.П. Варламова, М.А. Варламова. – М.: Дашков и К, 2015. – 304 с.
3. Куликов С.В. Финансовый анализ страховых организаций: Учебно-методический комплекс. – Новосибирск: НГУЭУ, 2015. – 90 с.
4. «Ингосстрах» – страховая компания [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.ingos.ru/ru/> (дата обращения: 24.03.2017).
5. Рейтинговое агентство «РИА Рейтинг» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://riarating.ru/banks\\_ratings/](http://riarating.ru/banks_ratings/) (дата обращения: 22.03.17).
6. Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.gks.ru/> (дата обращения: 22.03.17).

**УДК 338.4**

**Н.А. Верховская, студент**

*Научный руководитель: А.В. Евстратов, канд. экон. наук, доцент  
г. Волгоград, Волгоградский институт управления – филиал РАНХиГС*

## **СТРАТЕГИЯ ИМПОРТОЗАМЕЩЕНИЯ НА ФАРМАЦЕВТИЧЕСКОМ РЫНКЕ: ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ И ТЕНДЕНЦИИ**

Активный курс на импортозамещение в России был взят правительством страны в 2014 году, когда по отношению к России западом был введен список экономических санкций. 4 августа 2015 года были созданы правительственные комиссии по импортозамещению, начат процесс по созданию пакета нормативных актов по поддержке отечественного производителя со стороны государства.

Именно западные санкции и падение нефти довольно сильно ударили по российской экономике, а все из-за того, что импортозамещение в России составляет порядка 30%.

Тема импортозамещения, которая касается на сегодняшний день различных отраслей экономики, очень актуальна для российской фарминдустрии. По оценке директора Департамента развития фармацевтической и медицинской промышленности Ольги Колотиловой, после принятия Стратегии развития фармацевтической промышленности в России в 2009 году производство лекарственных препаратов увеличилось в 2 раза и на 2015 год составило 231 млрд руб., доля российских лекарственных средств в стоимостном выражении на рынке составляла 27,18%, в 2013 году данный показатель был на отметке 23%, в 2014 году он составил 24%. Динамика производства лекарственных средств в России в 2016 году достигла роста в 28,5% сравнительно с показателями прошлого года. По оценкам аналитиков, это в 2,6 раза больше, чем уровень роста импорта соответствующей иностранной продукции. За первые 8 месяцев 2016 года фармацевтические компании выпустили на рынок товаров на общую сумму в 195,2 млрд рублей [3].

На основе данных в таблице 1, можно более детально проанализировать воздействие показателя здравоохранения – именно в ключе его фармацевтической отрасли – на процесс формирования и роста совокупного показателя ВВП посредством однофакторного анализа.

Таблица 1

**Доля фармацевтического рынка РФ в структуре ВВП**

Год	Величина ВВП, млрдруб. (Y)	Объём фармрынка, млрд руб. (x)
2013	71016,7	1045
2014	77945,1	1152
2015	80804,3	1259

Коэффициент корреляции между двумя массивами приведенных выше данных составил 0,97238. При проведении проверки на адекватность исследуемого события можно считать, что между рассматриваемыми совокупностями существует корреляционная связь.

За период существования фармацевтического рынка Российской Федерации можно выявить следующие тенденции его развития:

- сокращение численности дистрибьюторов и переход к большей концентрации оптовых компаний;
- увеличение численности аптечных учреждений и аптечных сетей;
- увеличение доли (в стоимостном выражении) лекарственных средств иностранного производства и сокращение доли отечественного производства.

На сегодняшний день в России активно осуществляется процесс кластеризации фармацевтической отрасли. Фармацевтические кластеры – это важное стратегическое направление, которое способствует решению сразу несколько социально-значимых задач:

- создание новых рабочих мест;
- повышение уровня научно-технической базы;
- переход на стандарты GMP;
- обеспечение импортозамещения лекарственных препаратов;
- развитие фармацевтики, создание инновационных препаратов;
- развитие инфраструктуры региона, в котором работает кластер.

Развитие высокотехнологичного, наукоёмкого и инвестиционно привлекательного фармацевтического рынка может стать одним из важнейших двигателей российской экономики, источником роста валового внутреннего продукта и основой для привлечения иностранных и отечественных инвестиций экономику.

Российская фармацевтическая отрасль в среднем только на 68% обеспечивает отечественное здравоохранение лекарственными средствами в натуральных показателях; в госпитальном секторе этот показатель достигает 72%. В перечне ЖНВЛП, утвержденном правительством, – 608 препаратов. 67% из них производятся в России. Нехватки препаратов из списка ЖНВЛП сейчас в России нет. Но, несмотря на высокое качество, у них есть свои минусы. В первую очередь цена [7].

Владимир Путин своим указом поручил к 2018 году довести долю отечественных лекарств из списка жизненно необходимых и важнейших до 90 процентов. Эксперты считают эту задачу выполнимой. По остальным медикаментам, не входящим в перечень жизненно необходимых и важнейших, расклад примерно такой же. Но здесь еще важно учитывать, что считать импортными и российскими лекарствами. За последние два года на территории России локализовалось достаточно много ино-

странных компаний. За 8 месяцев этого года на рынок было выведено 11 новых импортозамещающих препаратов.

Однако у всех компаний очень разная глубина переработки: кто-то только пакует лекарственные средства, то есть ввозит медикаменты в Россию в крупной таре, а здесь их уже расфасовывает в более мелкую. Есть более глубокая стадия переработки, когда из фармацевтических субстанций производят готовые лекарственные средства.

Сегодня ситуация изменяется коренным образом: в соответствии с постановлением Правительства № 1289 «Об ограничении участия иностранных производителей в бюджетных торгах» до конца 2016 года все упакованные на территории России и других стран Евразийского экономического союза лекарства считались локальным продуктом, после 1 января 2017 года локальным продуктом считаются только препараты, произведённые на территории нашей страны и других участников ЕАЭС.

В целом в части импортозамещения лекарств Россия сделала серьёзный шаг вперед, но это не должно стать разовой кампанией. Нужно чётко понимать, что импортозамещение эффективно только тогда, когда оно нацелено на экспортный потенциал. К тому же, импортозамещение не должно служить тормозом для входа на рынок инновационных препаратов. На сегодняшний день в России произведены следующие группы лекарств: для лечения сердечно-сосудистых заболеваний; антибиотики; жаропонижающие; болеутоляющие; противовоспалительные; онкологических; противодиабетических; противотуберкулезных. Из 608 лекарственных препаратов, от этого количества Россия может производить только 413. Государство оказывает значительную финансовую помощь фармацевтическим компаниям из федерального бюджета. Благодаря этой помощи, удастся каждый год увеличить производство лекарств в России в двое больше, при условии, что рынок лекарств расширится с каждым годом более чем на 10%. За последнее время ими было одобрено более 130 проектов по созданию жизненно необходимых препаратов.

При этом на российском фармрынке существует препятствие в виде недоверия населения отечественным лекарственным препаратам. Принято считать, что наши лекарства «не работают», они некачественные, и вообще – «импортное лучше». В топ-20 самых продаваемых в России в 2015 году брендов лекарственных препаратов, составленный DSM Group, входят только шесть российских. При этом из оставшихся 14 лекарств 12 имеют отечественные аналоги, и их стоимость в разы отличается от оригиналов. Однако, по ряду причин, потребители выбирают именно то, что дороже.

Ряд экспертов считают, что бытующее мнение населения ошибочно. В 2010 году был принят закон «Об обращении лекарственных средств», серьёзно изменивший правила доступа препаратов на российский рынок. Были введены обязательные клинические исследования для воспроизведенных препаратов – то есть теперь дженерик мог появиться в России только после того, как производитель докажет его эффективность и безопасность. Затем появились и другие документы, регламентирующие выход лекарств на рынок, причем новые законодательные акты и правила в основном уже были гармонизированы с аналогичными нормами, действующими в странах Евросоюза. Последнее на сегодняшний день важное нововведение – соответствие производств, расположенных в России, стандарту GMP (надлежащей производственной практики). Все лекарства производятся по единой технологии, на одной производственной линии, из одного сырья. Есть новая российская фарма и старая российская фарма. Фармкомпании уверены в том, что выстраивание цивилизованного рынка – это совместная работа государства, производителей, врачей и конечных потребителей препаратов [8].

В России довольно давно появились современные производства, организованные по полному циклу – от создания молекулы до упаковки товара. В этом случае субстанцию производят в рамках компании. Это касается и традиционных препаратов, и биологических. В случае со вторыми иначе поступить просто нельзя – использовать привозную субстанцию очень дорого. Однако некоторые производители лекарств в РФ, использующие привозную субстанцию, отказываются производить препараты из списка жизненно необходимых и важнейших. Цены на импортное сырьё и материалы в виду резкого падения курса рубля выросли, а цены на сами лекарства, которые в данном случае ограничиваются государством, производители поднять не могут. В итоге рентабельность производства летит в пропасть, и фармацевтам становится проще отказаться от изготовления препаратов, чем работать себе в убыток [2].

В соответствии со Стратегией развития фармацевтической промышленности до 2020 года основной целью государственной политики Российской Федерации по развитию национальной фармацевтической промышленности является создание условий для её перехода на инновационную модель развития, что должно привести к росту обеспеченности населения, учреждений здравоохранения и Вооружённых Сил Российской Федерации лекарственными средствами отечественного производства,

при общем увеличении обеспеченности нуждающихся лекарствами до средневропейского уровня как по количественным, так и по качественным показателям.

Таким образом, в результате изучения стратегии импортозамещения на фармацевтическом рынке Российской Федерации, были сделаны выводы о том, что цель импортозамещения в фармацевтической промышленности возможно достичь посредством:

1. Стимулирования локализации на территории РФ высокотехнологичных производств лекарственных препаратов.
2. Стимулирования организации производства высокотехнологичных химических и биотехнологических субстанций на территории Российской Федерации.
3. Стимулирования обязательного перехода отечественных предприятий фармацевтической промышленности на стандарты GMP для гармонизации российских стандартов в соответствии с международными требованиями.
4. Стимулирования разработки и производства аналогов импортируемых дженериковых и инновационных лекарственных средств.
5. Организации полного цикла производства – от создания молекулы до упаковки.
6. Разработки новых и модификации существующих образовательных программ и программ повышения квалификации для обеспечения фармацевтической промышленности кадрами нового типа.

Также в результате проведенного исследования был сделан вывод, что в результате проведения политики импортозамещения на фармацевтическом рынке Российской Федерации, ослабление или отмена санкций не должны останавливать процесс интенсивного развития внутреннего производства оригинальных лекарственных средств на территории нашей страны.

#### Литература

1. Приказ Минпромторга РФ от 23.10.2009 № 965 «Об утверждении Стратегии развития фармацевтической промышленности Российской Федерации на период до 2020 года» [Электронный ресурс]. URL: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_94066/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_94066/) (дата обращения: 16.03.2017).
2. В России отказываются производить недорогие жизненно важные препараты // Newsland. Информационно-дискуссионный портал [Электронный ресурс]. URL: <https://newsland.com/user/4297816004/content/v-rossii-otkazyvaiutsia-proizvodit-nedorogie-zhiznennno-vazhnye-preparaty/5247870> (дата обращения: 16.03.2017).
3. Динамика производства лекарств в РФ превзошла импорт // Регистр лекарственных средств России [Электронный ресурс]. URL: [http://www.rlsnet.ru/news\\_101670.htm](http://www.rlsnet.ru/news_101670.htm) (дата обращения: 17.03.2017).
4. Евстратов, А.В. Основные направления процесса импортозамещения на фармацевтическом рынке Российской Федерации / А.В. Евстратов, Г.А. Рябова // Вестник Самарского государственного экономического университета. – 2016. – № 1 (135). – С. 49–54.
5. Евстратов, А.В. Процесс импортозамещения на фармацевтическом рынке РФ: возможности и перспектива / А.В. Евстратов, Г.А. Рябова // Известия Волгоградского государственного технического университета. – 2016. – № 1 (180). – С. 64–69.
6. Евстратов, А.В. Региональная специфика формирования фармацевтических кластеров в современной России / А.В. Евстратов // Известия ВолгГТУ. – 2011. – Т. 11. № 4 (77). – С. 210–215.
7. Захаров, Р. В РФ откроют предприятие, производящее жизненно необходимые лекарства / Р. Захаров // Газета «Известия» [Электронный ресурс]. URL: <http://izvestia.ru/news/630547> (дата обращения: 16.03.2017).
8. Чем на самом деле отличаются отечественные и импортные лекарства // Лента.Ру [Электронный ресурс]. URL: <https://lenta.ru/articles/2016/06/27/medicine1/> (дата обращения: 16.03.2017).

УДК 659.3

**А.В. Виниченко, студент**

*Научный руководитель: Е.А. Бритикова, канд. социол. наук, ст. преподаватель  
г. Краснодар, Кубанский государственный аграрный университет им. И.Т. Трубилина*

## ПРАКТИЧЕСКОЕ ПРИМЕНЕНИЕ КРАУДФАНДИНГА КАК ИННОВАЦИОННОГО МЕХАНИЗМА ФИНАНСИРОВАНИЯ

В современном мире проблема привлечения всех возможных средств в различные отрасли народного хозяйства, такие как сельское хозяйство, строительство, пищевая и перерабатывающая промышленность, является актуальной, а для небольших проектов, тем более, сложностей при инвестировании возникает много. Привлечение капитала – одна из основных и, вместе с тем, сложнейших задач, особенно для начинающей компании.

По мере своего развития, интернет становится инструментом для все большего количества задач. Скажем так: если раньше в сети можно было, преимущественно, работать или развлекаться, – то сегодня с помощью тех же социальных ресурсов можно организовать какое-нибудь движение, развить идею или создать настоящий общественный «бум», в чем бы он ни выражался.

Одним из лучших примеров того, насколько интернет может стать мощной площадкой для социальной организации людей, является краудфандинг. Это относительно новое движение, которое зародилось на Западе буквально несколько лет назад. Поначалу это была, разумеется, просто идея, постепенно разросшаяся в целую отрасль, объемы которой по итогам 2014 года оценивают в 5,1 миллиарда долларов по всему миру. На эти деньги финансируется огромное количество интересных проектов, стартапов, благотворительных акций и другое.

Краудфандинг (пер. с англ. – «народное финансирование») – это коллективное сотрудничество людей, которые добровольно вкладывают свои денежные средства или другие ресурсы, как правило, через ресурсы сети Интернет, чтобы поддержать различные проекты других людей или компаний [3, с. 27].

Совсем недавно появились краудфандинг-платформы в сети, которые существенно облегчили эту задачу. Теперь для того чтобы объявить сбор денег, достаточно просто опубликовать сообщение в социальной сети, и заинтересованные люди сами «подтянутся». Так, в принципе, и происходит сбор средств (пожертвований) на современных площадках. Жертвовать может кто угодно и на что угодно. Моделей, по которым работают краудфандинг площадки, существует несколько как в России, так и за рубежом.

К примеру, это может быть сбор средств в качестве благотворительного взноса (например, на лечение ребенка); как вложение с последующим вознаграждением (когда человек, дающий деньги, получает образец продукции или сувенир от компании взамен). Третьей моделью, по которой происходит сбор денег, является инвестирование – когда люди жертвуют средства, получая взамен доли в стартапе.

Раньше люди на своих сайтах проводили сбор средств, сейчас они перемещаются в социальные сети. В последнее время и крупные компании обращают свое внимание на общемировой тренд и повышенный интерес к краудфандингу.

Модель сбора средств главной целью ставит, прежде всего, аккумулировать определенную сумму. Целью такого сбора может быть что угодно – пройти курс лечения, собрать новый гаджет, провести мероприятие, выпустить музыкальный альбом и так далее. Все зависит от того, кто проводит сбор денег, и чем занимается этот человек (группа людей).

Для начала объявляется цель финансирования, далее уже определяется необходимая денежная сумма, а затем формируется калькуляция всех расходов. Информация о ходе сбора всех средств доступна для каждого.

В дальнейшем средства направляются таким образом, как это было обусловлено изначально: например, деньги от вкладчиков поступают на единый счет компании, проводящей краудфандинг (в России таких несколько), после чего единым платежом направляются на покупку оборудования, аренду студии и так далее. В некоторых случаях деньги могут выдаваться и инициаторам их сбора с той целью, чтобы они осуществили свое первоначальное задание. Правда, в таком случае, разумеется, за этими финансами тщательно наблюдают [2, с. 9].

В данном случае исключается возможная необходимость в привлечении государственных или банковских структур, что является значительно большим плюсом для развития направления. Здесь не может быть отрицательных моментов, которые были бы связаны с бюрократией, взяточничеством, множеством надзорных разрешений, процентами, сроками.

Людей, которые могли бы подать заявку на сбор средств, как правило, никак не отбирают. Владельцы ресурсов, осуществляющих краудфандинг (российские площадки в том числе), принимают все заявки от любого, кто хотел бы попробовать собрать деньги и реализовать свою цель. Далее они фильтруются и тщательно отбираются с тем, чтобы определить наиболее достойный проект. Конечно же, у каждой из платформ есть свой набор критериев, по которым они отделяют потенциально интересные заявки от неперспективных. Далее начинается процесс сбора средств. Чаще всего, от инициаторов сбора требуют максимально раскрыть информацию о себе и своей идее, предоставить какие-то доказательства и факты – все то, что убедит каждого сделать свое вложение.

При размещении анонсов к проектам должны быть учтены такие особенности краудфандинга как:

- четкая формулировка идеи, так как люди дают деньги только под конкретные проекты. Здесь также должна быть указана необходимая сумма для воплощения ее в жизнь;

- ограничение временных рамок для сбора средств;
- разнораз направленность – средства можно собирать как на творческие либо благотворительные цели, которые не приносят никакой финансовой прибыли, так и на коммерческие [1, с. 13].

Авторские проекты в таких областях как музыка, игры, фильмы, искусство, промышленный дизайн, новые технологии, нововведения в производственном процессе и другие готовы поддержать тысячи людей. Большое количество успешных начинаний являются ярким тому подтверждением.

В 1997 году поклонники британской рок-группы Marillion организовали и провели интернет-кампанию по сбору средств для финансирования музыкального тура группы по территории США. Им удалось собрать около 60 тысяч долларов. После чего группа пользовалась таким методом для записи и продвижения нескольких своих альбомов в дальнейшем.

В киноиндустрии одним из первых, кто обратился к помощи краудфандинга и положил начало данному явлению, стал предприниматель Эрик Бауман с запуском проекта FilmVenture.com в 2002 году. И уже через два года, в августе 2004 года, французский предприниматель и продюсер Б. Поммерауд и Г. Колбок начали кампанию по сбору средств через Интернет, чтобы доснять свой фильм «Ожидание вчера». Таким образом, в течение трех недель им удалось собрать пожертвования в размере 50 тысяч долларов [4, с. 51].

В России функционирует несколько краудфандинг-площадок. Из наиболее известных это: «С миру по нитке», «Тугеза», Planeta.ru, Indiegogo, Kroogi и многие другие. Все они работают с проектами разных направлений, а некоторые – относительно недавно (около года-двух). Тем не менее все эти площадки уже успели показать даже определенные результаты, то есть объемы привлеченных средств. Например, кампания BoomStarter – собрала 5 миллионов рублей, Planeta.ru – 10 миллионов и так далее. В ближайшие годы, как прогнозируют эксперты, следует ожидать роста рынка в 7–9 раз ежегодно. Таким образом, нас ожидает настоящий «бум» в сфере такого явления, как краудфандинг. Российские площадки, по всей видимости, к этому уже готовятся.

В России первой краудфандинговой платформой стал такой проект, как Kroogi, основанный в 2007 году. В качестве примеров российского краудфандинга можно привести также выпуск альбома «Spirit» группы «Би-2», которая весной 2012 года с помощью портала Planeta.ru смогла собрать 1 миллион 250 тысяч рублей.

Одним из крупнейших российских проектов по сбору средств через Интернет является фильм «28 Панфиловцев», которому удалось собрать 3 миллиона 191 тысяч 595 рублей.

Сейчас разработаны различные интернет-ресурсы для практической реализации рассматриваемого способа сбора пожертвований, например, платформа Boomstarter, которая появилась в августе 2012 года. Одним из главных принципов ее действия является полное финансирование представленных проектов, что исключает возможность негативных последствий, так как недостаток собранных средств может привести к некачественной реализации любого проекта. Если проект не привлекает необходимую сумму денег для его осуществления в установленные сроки, то все собранные пожертвования по окончании срока сбора инвестиций возвращаются непосредственно спонсорам.

Еще одним главным принципом работы рассматриваемых интернет-сервисов является то, что платформы сейчас создаются для самых разнообразных проектов: больших и малых, серьезных и не очень, традиционных и экспериментальных. Любой человек, соискатель, автор проекта может осуществить свою идею, например, записать музыкальный альбом, снять фильм или создать новый прибор.

Так на одной из выставок-ярмарок г. Екатеринбурга, где свои товары и услуги предлагают молодые модельеры, дизайнеры, производители, музыканты, предприниматели, стилисты и другие представители творческого общества города, появились новые лица. Ими оказались фермеры одной из уральских глубин, из деревни под Красноуфимском Свердловской области, которые представили совершенно новый для города, области, региона и в целом для всей России продукт – крем-мед с ягодами, собранными местными жителями.

Эти фермеры уже давно работают на пасеке в деревне Малый Турыш, расположенной в 15 км на северо-запад от г. Красноуфимск. Деревня постепенно погибает, поскольку здесь осталось всего двадцать домов. Раньше был большой колхоз, а теперь – одни развалины. Таких малых деревень вокруг много, а работы совсем нет.

Хозяева пасеки купили маленький трактор, с помощью которого им было бы легче управляться с хозяйством, за который им удалось расплатиться только в 2014 году. Средств на развитие им не хватало.

И у пчеловодов появилась идея делать из меда крем-мед с ягодами. Данный продукт очень популярен в Европе уже несколько лет, но был неизвестен у нас.



Технология производства выглядит следующим образом – берется самый обычный мед, взбивается на специальной установке в течение нескольких часов до определенной консистенции, после чего он превращается в крем. Затем добавляют ягоды, которые собираются местными жителями, а высушиваются самими медовиками. На данный момент производится 8 вкусов – земляника, клюква, лимон, вишня, брусника, черника, фундук и облепиха. Здесь не добавляются никакие ароматизаторы, все продукты только натуральные.

До недавнего времени фермеры сушили все ягоды на солнце, но для расширения своего хозяйства, а также для наращивания объема выпускаемой продукции, они решили купить сушильные шкафы, медогонку большего объема еще и одну мешалку. Эта пасека – единственное хозяйство, которое дает работу погибающей деревне. Можно было привлечь большее количество людей к работе, дать им рабочие места, но для этого нужно было докупить необходимое оборудование.

Первую партию фермеры отвезли в областной центр, где продали на рынке-ярмарке 46 баночек крем-меда. Хозяева пасеки сами не ожидали, что их продукция так понравится людям, и у них получится осуществить задуманное. В процессе продажи люди интересовались, откуда этот мед и какие ягоды в нем, и пока они пробовали разные вкусы, покупателям рассказывали историю пасеки, ее хозяев, деревни и как появился крем-мед.

Какое-то время у пасеки был небольшой оборот. Конечно, хозяева пасеки могли бы попробовать получить грант как фермерское хозяйство или же взять кредит в банке, но это потребовало бы от них много времени на оформление документов, затем возврата заемных средств, уплаты налогов и т.д., а сумма кредита для развития была бы совсем небольшая, около 100 тысяч рублей. Поэтому они решили осуществить свою идею путем сбора средств через ресурсы сети Интернет.

Таким образом, фермеры опубликовали свой проект на Boomstarter. По подсчетам им было необходимо 150 тысяч рублей, чтобы закупить новое оборудование для расширения своего производства и увеличения количества рабочих мест. В эту сумму уже были включены налоги и расходы на его доставку [5].

После завершения сборов средств через Интернет хозяева пасеки полетели в Германию закупить новое оборудование, которое в России стоит в несколько раз дороже.

К настоящему времени данный проект уже собрал 454 тысяч 948 рублей, что показывает успешность и уникальность представленной бизнес-модели и такого метода инвестирования, как краудфандинг.

Суть платформы Boomstarter в том, что люди жертвуют свои деньги, таким образом поддерживая проект и при этом получая что-то взамен. В случае с нашим примером – баночку крем-меда с бесплатной доставкой или письмо о жизни пасеки с благодарностью из Свердловской области, из деревни Малый Турыш, с единственной улицы – Габдуллы Тукая, дом 13.

Таким образом, в настоящее время краудфандинг является отличным способом получения финансовой помощи для запуска какого-либо бизнеса или воплощения творческих замыслов людей, а также это отличная современная альтернатива банковскому кредиту.

#### Литература

1. Бритикова Е.А. Тенденции развития и поддержки малого бизнеса в условиях кризиса // Современные тенденции развития экономики и управления: проблемы и решения: Материалы международной научно-практической конференции. 2016. С. 21–25.
2. Бритикова Е.А., Куршубадзе Р.З. Использование маркетинга территорий для повышения конкурентоспособности экономики муниципального образования // Сборник научных статей третьей международной школы молодых ученых в области экономики и права на юге России. 2016. С. 21–23.
3. Виленский П.Л., Смоляк С.А., Лившиц В.Н. Оценка эффективности инвестиционных проектов. Теория и практика: учеб. пособие – 4-е изд., перераб. и доп. – М.: Дело, 2012. – 238 с.
4. Таюрская И.С. Информационные технологии в инвестиционном анализе. Изд-во: ИВЭСЭП; Знание, 2009. – 112 с.
5. Как дать работу целой деревне [Электронный ресурс] // Портал, посвященный изучению глобальных изменений в обществе, политике, науке, природе / ред. «ОКО ПЛАНЕТЫ». URL: <https://oko-planet.su/ekstrim/ekstrimsovet/228876-kak-dat-rabotu-celoy-derevne.html>

## **РАЗРАБОТКА ПРОЦЕССА УПРАВЛЕНИЯ ЛОЯЛЬНОСТЬЮ И УДОВЛЕТВОРЕННОСТЬЮ ТРУДОМ**

Успешность организации в первую очередь зависит от профессиональности и опытности персонала, который, по сути, является связующим звеном и двигателем прогресса. В связи с этим современная концепция управления организацией предполагает выделение из большого числа функциональных сфер управленческой деятельности той, которая связана с управлением кадровой составляющей производства.

В системе управления персоналом организации, в постоянно изменяющихся условиях, возросла роль человеческого потенциала, а в управленческий оборот вошло понятие «лояльность», которое возникло на стыке предметных областей социологии, менеджмента, психологии [4].

Под лояльностью персонала подразумевают многогранное понятие, которое включает в себя следующие основные элементы: степень готовности продолжить работу в данной организации; эмоциональная привязанность к ней; применение дополнительных усилий в интересах организации, с целью повышения эффективности и производительности своего труда; приверженность целям и ценностям; добровольное соблюдение установленных норм; удовлетворённость сотрудника текущей работой, условиями труда и вознаграждением; удовлетворённость коллективом; гордость за принадлежность к организации [1].

Таким образом, можно выделить следующие ключевые признаки лояльного сотрудника:

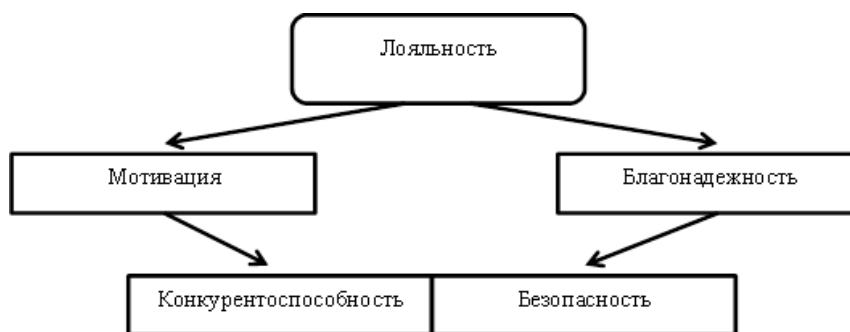
- добросовестное выполнение своих обязанностей;
- готовность выполнять указания руководителя;
- заинтересованность в выполнении работы наилучшим образом;
- желание сохранить рабочее место;
- отсутствие случаев нанесения намеренного ущерба компании;
- равнодушие к делам компании;
- отсутствие претензий к компании;
- готовность к диалогу с руководством;
- готовность к взаимодействию с коллегами.

Увеличение интереса к лояльности персонала в российских организациях возрастает благодаря экономическому развитию страны, такие благоприятные условия способствуют развитию организаций, где количество рабочих мест постоянно увеличивается. Однако рынок рабочей силы достаточно изменчив. По данным Российских исследований, проведенных в период с 2012 года по настоящее время, около 75% респондентов постоянно задумываются о смене настоящего места работы, на более выгодные предложения. Необходимо отметить, что при уходе сотрудника из организации, даже с невысокой текучестью кадров, неизбежно появляются дополнительные незапланированные расходы, которые снижают экономическую эффективность деятельности организации.

Отсюда следует, что организациям необходимо проводить изменения в принципах управления персоналом. Они должны быть направлены в первую очередь на реализацию политики управления лояльностью и удовлетворенностью трудом, приобретающую решающее значение в современных условиях [5].

Такая политика должна быть нацелена на расширение сотрудничества персонала и руководства для достижения общих целей. Воплощение такой стратегии благоприятно воздействует на экономическую эффективность организации.

Исходя из всего вышеизложенного, можно выявить связь лояльности персонала и жизнеспособности организации, которая выражается в совпадении личных и организационных целей [3].



**Рис. 1. Связь лояльности и жизнеспособности организации**

При правильно сформированной политике, проводимой в сфере управления персоналом, организация может получить весомое конкурентное преимущество на рынке.

Таким образом, разработка и внедрение процесса управления лояльностью и удовлетворенностью трудом поможет решить ряд крупных проблем, таких как текучесть кадров, производительность труда, экономическая безопасность и т.д., тем самым минимизировав издержки в будущем.

Под процессом управления лояльностью и удовлетворенностью трудом персонала принято понимать долгосрочный процесс, имеющий функциональную структуру, взаимосвязанный с основными направлениями деятельности организации в области управления персоналом, учитывающий специфику деятельности организации и ориентированный на стратегию ее развития.

Сформированный процесс управления лояльностью и удовлетворенностью трудом персонала организации позволяет оптимизировать имеющийся человеческий ресурс, повысить эффективность деятельности организации за счет повышения качества выполняемых работ и вовлеченности персонала в работу.

Для того чтобы понять принцип работы данного процесса следует конкретизировать все этапы:

1. Определение проблемных областей в сфере управления лояльностью и удовлетворенностью трудом персонала.

Определение проблемных зон организации в процессе управления персоналом позволяет определить приоритетные направления действий по изменению данной ситуации при ведении работы с персоналом в соответствии с разработанной концепцией. На данном этапе используются специально отобранные методики (опрос, анкетирование), которые направлены на выявление причин нелояльного отношения сотрудников и высокой текучести. При определении проблемных областей используются показатели: содержание трудовой деятельности, совокупность выполняемых работником трудовых приемов, условия труда, повышение квалификации, уровень доходов, материальное вознаграждение, сложившийся в коллективе психологический климат, отношения с руководством, статус работника, перспективы и возможности, гарантии стабильности и т.д. Данный анализ проводится кадровой службой, в целях полученной информации, на основе которой разрабатываются мероприятия, способные благоприятно повлиять на уровень лояльности персонала

2. Формирование набора мероприятий по повышению лояльности и удовлетворенности трудом.

Мероприятия по формированию лояльности персонала должны учитывать специфику деятельности организации, и должны быть направлены на конкретную личность сотрудника и, как правило, строго персонифицированы и индивидуальны. Главной особенностью в разработке мероприятий является обращение к внутреннему миру человека, его личности, интеллекту и поведению, с тем, чтобы направить внутренний потенциал человека на решение конкретных задач организации [2].

3. Реализация мероприятий по повышению уровня лояльности и удовлетворенности трудом персонала.

Целью процесса реализации мероприятий является обеспечение скоординированной разработки и реализации планов организации и системы управления персоналом. На данном этапе разработанные рекомендации (по мотивации, улучшению условий труда и т.д.) внедряются в плановый график работ системы управления персоналом, тем самым учитывая интересы сотрудников.

4. Контроль и оценка реализуемых мероприятий.

Цель этапа контроля – определение соответствия реализуемых направлений управления постоянно внешней и внутренней среды, формирование направления изменений. На данном этапе, необходимо повторить диагностику уровня лояльности и удовлетворенности трудом персонала, для закрепления результата и оценки проделанной работы, выявить являются ли внедренные рекомендации эффективными.

Таким образом, можно сделать вывод, что процесс управления лояльностью и удовлетворенностью трудом является трудоемким, однако полученная эффективность оправдывает данное условие, так же следует отметить, что данный процесс является плановым, и должен реализовываться со стабильной периодичностью, с учетом доработок и изменений.

Исходя из всего вышеизложенного, можно сделать вывод, что своевременное внедрение процесса лояльности и удовлетворенности трудом является важным аспектом управления персоналом в организации. Так как, руководство должно придерживаться таких принципов управления, при которых учитываются цели и интересы сотрудников, обеспечивается широкое их вовлечение в процесс решения организационных задач, что способствует повышению управляемости лояльностью и удовлетворенностью трудом персонала, отражается на его эффективности и производительности труда и, следовательно, способствует наиболее быстрому достижению целей организации.

#### Литература

1. Виноградова Ю.Л. Лояльность и удовлетворенность персонала как фактор повышения производительности труда / Ю.Л. Виноградова // Студенческая практика – основа будущего профессионализма: Материалы и доклады Студенческой научно-практической конференции. 2017. С. 7–13.
2. Виноградова Ю.Л. Оценка лояльности персонала как способ осуществления управленческих воздействий / Ю.Л. Виноградова // Научно-методический электронный журнал «Концепт». 2017. № S1. С. 12–20.
3. Виноградова Ю.Л. Управление рисками проекта в условиях экономического кризиса / Ю.Л. Виноградова // Прорывные научные исследования как двигатель науки нового времени: Сборник научных статей по итогам международной научно-практической конференции. 2016. С. 253–257.
4. Волкова И.А. Воспроизводство кадрового потенциала / И.А. Волкова // Аграрная наука. 2014. № 7. С. 11–12.
5. Галынчик Т.А. Трудовой оппортунизм и формы его проявления при внедрении изменений в организации / Т.А. Галынчик // Проблемы и перспективы развития экономики и менеджмента в России и за рубежом: Материалы пятой международной научно-практической конференции (18-19 апреля 2013 г.) / Рубцовский индустриальный институт. – Рубцовск, 2013. С. 315–322.

УДК 334

**Н.В. Вихлянцева, студент**

*Научный руководитель: С.П. Сазонов, д-р экон. наук, профессор  
г. Волгоград, Волгоградский государственный технический университет*

## ПРОБЛЕМЫ ИНВЕСТИРОВАНИЯ В ЭКОНОМИКУ СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ

Важное значение инвестиций для экономического развития в современном мире невозможно переоценить, это относится как к макро, так и микро уровню. Перспективы функционирования государства определяются инвестициями, а так же являются движущей силой в развитии экономики. Социально-экономическое развитие страны напрямую зависит от содержания инвестиционной политики.

В связи с продолжающимися санкциями против России и нестабильностью в экономике России ведущие экономисты нашей стороны считают, что привлечение иностранных инвестиций как нельзя лучше повлияют на создание в России цивилизованного общества с высоким уровнем жизни населения.

Прямые иностранные инвестиции (ПИИ) – иностранный капитал, который принимает участие в инвестиционных проектах на территории государства, и представляет собой долгосрочное капиталовложение иностранного инвестора [7]. Иностранные инвестиции – это [9]:

- денежные средства;
- вклады;
- ценные бумаги (акции, облигации);
- движимое и недвижимое имущество;
- имущественные права и др.

С появлением на российском рынке иностранных игроков, уровень конкуренции в отраслях повышается, которая стимулирует прогресс в работе некоторых отраслей, увеличение занятости трудоспособного населения, реструктурирование промышленности, развитие экспорта, сельского хозяйства. Для укрепления экономики и инвестиционного климата важно принять комплекс мер кардинального характера, которые направлены на решение вопросов по привлечению иностранных инвестиций в российскую экономику.



**Рис. 1. Факторы, препятствующие привлечению иностранных инвестиций в Россию**

Так же к ряду этих факторов можно отнести [6]:

- санкции;
- таможенный режим, пошлины;
- низкий уровень менеджмента.

Так же можно выделить ряд условий для привлечения иностранного капитала в Россию [6]:

- меры по возврату убывающего капитала из России;
- создание условия для российских предпринимателей, чтобы они вкладывали инвестиции (деньги) в российские банки;
- снижение уровня инфляции;
- снижение банковских процентов;
- создание системы страхования иностранных капиталов.

Наличие в России положительного инвестиционного климата выступает как обязательное условие роста капитальных вложений. Налоговая политика России отрегулирована таким образом, что предоставляются льготы по налогообложению прибыли для организаций, имеющих ПИИ. Ведущие экономисты предлагают сформировать такой уровень налогов, льгот и тарифов, который можно сопоставить с условиями инвестирования в странах – конкурентах России на рынке инвестиционных капиталов [8].

Продуманное привлечение иностранного капитала – прямой и эффективный путь выхода из экономического кризиса, ускорение социально-экономического развития страны. Так же участие ПИИ в экономике России вызывает и отрицательные последствия:

- основное внимание инвесторов к добыче и экспорту энергоносителей приводит к ускоренной истощаемости невозобновляемых ресурсов, а так же к гипертрофии добывающих отраслей;
- слабое государственное регулирование процесса привлечения инвестиций, отсутствие жесткого экологического контроля за деятельностью ряда предприятий с иностранным капиталом;
- участие западного капитала в приватизации государственной собственности на заниженном курсе рубля, позволившее за бесценок купить ряд важных объектов;
- ПИИ используют как способ отмывания «грязных денег».

Одной из проблем, без решения которой невозможно устойчивое развитие экономики и социальной сферы, является усиление диспропорций в социально-экономическом развитии субъектов РФ. Поскольку «львиная доля» ПИИ направляется в три федеральных округа: Центральный, Дальневосточный, Северо-Западный. Стоит отметить, что самым привлекательным регионом для инвесторов является Москва [1; 2].

Обеспечение доступа иностранных инвесторов к информации инвестиционных возможностей российской экономики и экономике регионов путем улучшения системы информационного обеспечения маркетинга, так же способствовало бы улучшению инвестиционного климата. Иностранные инвестиции могут помочь в развитии научно-технического прогресса и передового управленческого опыта.

Таким образом, прямые иностранные инвестиции при грамотном привлечении и правильном использовании – нельзя рассматривать как захват иностранными инвесторами предприятий или отраслей, а наоборот – это приток передовых технологий и мощностей, оборудования и «ноу-хау». А так же – внедрением и перениманием управленческого мастерства, практических навыков, ростом объема производства, новых рабочих мест, повышением качества продукции, решением проблем «утечки мозгов», и, конечно же, решением финансовых проблем [8; 5].

На данный период времени лишь 1% населения России вовлечен в процесс инвестирования. По статистики аналитиков, только четверть всех проектов в стране не связаны с деятельностью государства по стимулированию инвестиционного процесса. Государство в этой ситуации должно иметь четкие позиции: выработка и проведение системной инвестиционной политики, в том числе региональной и тогда, когда это станет реальной практикой, а частный бизнес будет обеспечивать больший объем инвестиций, в проектах будут заметны изменения в картине инвестиционной активности национальной экономики. Инвесторы станут принимать решения об инвестициях на основе платежеспособного среднего класса и реального спроса [9; 3; 4].

России необходимо обратить внимание на развитие инфраструктуры обеспечения высокого уровня благосостояния населения, снижения рисков инвесторов, при помощи законодательной поддержки и увеличения сферы инновационных и высоких технологий в общем ВВП, чтобы и отечественные и зарубежные инвесторы поверили в доходность российских инвестиционных проектов и вложили еще более крупные средства и в экономику и в различные финансовые проекты.

#### Литература

1. Орлова, Г.А. Проблемы роста иностранных инвестиций в экономику РФ / Г.А. Орлова // Российский внешнеэкономический вестник. 2008. № 4.
2. Финансовые кризисы (история, современность, перспективы): монография. Часть 1 / С.П. Сазонов, А.В. Лукьянова, А.И. Мордвинцев и др. Волгоград, 2013.
3. Консолидированный бюджет субъекта федерации и его роль в формировании экономики / С.П. Сазонов; Гл. финансово-казнач. упр. Администрации Волгогр. обл. Москва, 2005.
4. Местный бюджет в Российской Федерации / С.П. Сазонов, Л.В. Перекрестова, А.В. Лукьянова и др. Москва, 2005.
5. Потенциал и перспективы экономического развития России в условиях модернизации / А.А. Свитич, Г.Б. Клейнер, О.Ю. Мамедов и др.; под редакцией Г.Б. Клейнера, О.Ю. Мамедова, В.В. Сорокожердьева. Москва, 2012.
6. Проблемы иностранных инвестиций в России и методы их стимулирования [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://finteks.ru/problems-inostrannyih-investitsiy-v-rossii-i-metody-ih-stimulirovaniya>
7. Прямые иностранные инвестиции [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://blogvestor.ru/o-dengax-pryamye-inostrannye-investicii.html>
8. Кононкова Н.П. Рецензия на: Фишер П. Прямые иностранные инвестиции для России: стратегия возрождения промышленности. М.: Финансы и статистика, 1999. 512 с. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/2000-03-012-fisher-p-pryamye-inostrannye-investitsii-dlya-rossii-strategiya-vozhrozhdeniya-promyshlennosti-m-finansy-i-statistika-1999-512-s>
9. Проблемы привлечения иностранных инвестиций в экономике РФ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://novainfo.ru/article/2901>.

## **ВЕНЧУРНЫЙ БИЗНЕС: ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ**

Развитие современной экономики во многом зависит от ее способности внедрять и осваивать передовые технологии. Без этой способности невозможно достичь положительной динамики экономического развития.

В современных условиях основные субъекты инновационного процесса: крупные и средние фирмы, авторы инновационных проектов, государственные структуры разного уровня понимают, что отказ от инвестиций передовых разработок на практике выльется, в конечном счете, в огромные финансовые потери. Поэтому они заинтересованы в создании и развитии рыночных механизмов, содействующих внедрению научно-технических разработок с минимальными финансовыми рисками. Одним из важнейших рычагов «внедренческого» механизма является венчурное инвестирование.

Венчурное инвестирование – это долгосрочный, рискованный капитал, инвестируемый в акции новых и быстрорастущих компаний с целью получения высокой прибыли после регистрации акций этих компаний на фондовой бирже [3, с. 212].

Работа этого механизма заключается в том, что венчурные инвестиции направляются либо в капитал акционерных и других хозяйственных обществ в обмен на долю или пакет акций, либо предоставляются в форме инвестиционного кредита, как правило, среднесрочного (по западным меркам от 3 до 7 лет) [6, с. 69]. В данной ситуации инвестор, как правило, не ставит перед собой задачу приобретения контрольного пакета акций компании, по крайней мере, при первичном инвестировании. И в этом его главное отличие от «стратегического инвестора». Последний с самого начала стремится установить контроль над компанией.

Венчурное финансирование базируется на формальном и неформальном рынках капитала. Организаторами формального рынка являются, как правило, институциональные профессионально управляемые компании. Неформальный рынок, как особая форма реализации венчурного капитала, осуществляется путем предоставления средств индивидуальными инвесторами инновационным компаниям, имеющим значительный потенциал роста.

Безусловно, венчурное предпринимательство представляет собой поисковое, а потому и более рискованное звено инновационной деятельности. Его отличает высокая степень неопределенности, а значит, возможность гибели субъектов данного бизнеса очень высока. Лишь единицы, сформировав необходимый потенциал для инновационного прорыва, превращаются в действительно крупные и успешные компании, примерами которых могут служить такие фирмы как «Интел», «Эппл компьютер» и др.

Сегодня, как известно, до 80% прироста ВВП экономически развитых стран обеспечивается за счет инновационного бизнеса и, прежде всего, венчурного предпринимательства.

Зарождение данного феномена в России связано с появлением в середине девяностых годов в национальной экономике зарубежного венчурного капитала. Европейским Банком Реконструкции и Развития было создано 11 Региональных Венчурных Фондов ЕБРР. Датой образования Российской ассоциации венчурного инвестирования, основной функцией которой является содействие развитию инновационного бизнеса в России, считается 1997 год [4, с. 140]. Таким образом, история венчурного бизнеса в России насчитывает не более 25 лет, что является одной из причин недостаточного развития инновационного предпринимательства в нашей стране. Российские венчурные инвесторы склонны к вложениям в зрелые стадии инновационного проекта, где риски практически минимальны. Например, в 2010 году инвестиции на начальной стадии инновационных проектов составляли не более 1% от общего объема венчурных вложений. А на стадию расширения, когда риски сведены к минимуму, а норма доходности максимально возможна, приходится соответственно 90% инвестирования. Для сравнения, в это же время в США инвестиции на начальной стадии составили 7% от общего уровня венчурных инвестиций, что в разы больше, чем в России.

В развитии российского венчурного финансирования можно выделить несколько специфических черт, которые обусловлены целым рядом факторов, неоднозначно влияющих на данный процесс: некоторые из них создают благоприятную почву для развития инновационного бизнеса, другие же сдерживают его.

Так, к числу положительных факторов можно отнести:

– большое количество проектов, почти доведенных до стадии коммерческого использования. Причем в ряде случаев запуск подобных проектов требует относительно небольшой доли собственно инвестиций, остальную часть необходимого финансирования могут составить средства на заемной основе;

– наличие существенного числа проектов, обладающих значительным экспортным потенциалом, что во многом облегчает задачу привлечения необходимых средств;

– наличие существенного научно-технического отрыва от среднемирового уровня в ряде отраслей, который, как считается, удалось сохранить еще с советских времен, несмотря на многолетнюю хроническую нехватку средств в сфере высоких технологий;

– все еще высокая квалификация кадров, несмотря на утечку лучших умов [1, с. 135].

Необходимо также отметить и обстоятельства, ограничивающие развитие венчурного бизнеса в России. Большинство из этих ограничений обусловлены макроэкономическими причинами. Это и отсутствие качественного сравнительного анализа конкурентной среды и сегментации рынка, и недостаточно четкое позиционирование продукции и торговой марки предприятия в глазах потребителя, и, во многих случаях неурегулированность вопросов патентной защиты разработок и интеллектуальной собственности, и небольшое число успешных проектов, достигших ступени массового производства новых товаров и услуг [1, с. 138].

Немаловажную роль в стимулировании инновационной активности малых и средних предприятий призвана сыграть Российская венчурная компания (РВК), основной функцией которой является обеспечение создания эффективной и конкурентоспособной национальной инновационной системы. Однако фонды, созданные на основе РВК, в первую очередь, вкладывают деньги в «зрелые», менее рискованные бизнес-проекты, а вложения в инновационные «стартапы» малого и среднего масштаба минимальны. Эта тенденция может быть подтверждена статистическими данными, приведенными в диаграмме на рисунке 1.

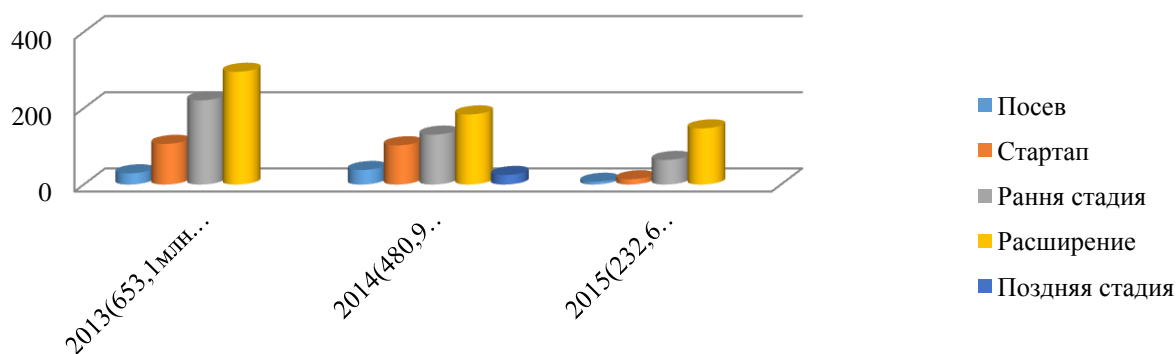


Рис. 1. Сумма инвестиций по стадиям развития компаний

Отрицательное влияние на объем венчурного рынка, обусловленное нестабильностью макроэкономической ситуации в России можно проиллюстрировать данными таблицы.

Таблица 1

Основные показатели венчурного рынка в России за 2012–2016 гг. [5]

	2012	2013	2014	2015	2016
Число венчурных сделок	188	222	149	180	145
Сумма венчурных сделок, млн долл.	911,9	653,1	480,9	232,6	105
Объем венчурного рынка, млрд долл.	1,98	2,94	1,67	2,19	2,0148
Сумма сделок по выходам инвесторов, млн долл.	372	2000	731,5	1573,5	836,5

На основе данных, представленных в таблице 1, можно сделать вывод о том, что в 2016г. общая тенденция «свертывания» венчурного рынка нашла свое дальнейшее подтверждение. Так, в этом году было совершено всего лишь 145 сделок (это самый низкий показатель за последние 5 лет), общая сумма которых составила только 836,5 млн дол.

Думается что основными причинами, сдерживающими инновационную деятельность российских компаний, являются:

- чрезвычайно низкое присутствие российского капитала в венчурной индустрии страны;
- отсутствие экономической мотивации привлечения прямых инвестиций в предприятия высокотехнологичного сектора, обеспечивающих приемлемый риск для венчурных инвесторов;



- недостаточный уровень развития инфраструктуры, обеспечивающей в научно-технической сфере России появление совершенно новых и развитие малых и средних быстрорастущих технологических инновационных предприятий, способных стать объектом для венчурного инвестирования;
- введение санкций.

И, конечно же, положительной динамики венчурного инвестирования не добиться без активной поддержки со стороны государства, которое должно продемонстрировать желание и возможность разделить риски с коммерческими инвесторами. Более того, необходимо четкое понимание государством важности сохранения национальных частных капиталов на рынке своей страны. А непосредственное, заинтересованное участие властных структур в инновационном процессе будет способствовать привлечению в реальный сектор экономики общественных средств [2].

В целом, для успешного развития венчурного бизнеса в России, на наш взгляд, необходимы следующие условия:

- долгосрочная государственная политика в инновационной сфере и четко продуманная программа софинансирования венчурного бизнеса;
- наличие венчурных предпринимателей (бизнес ангелов);
- значительные инвестиционные вливания в данную сферу экономики;
- наличие фундаментальных и прикладных исследований, способных обеспечить технологический прорыв;
- сформированная конкурентная среда в данном бизнесе.

Таким образом, можно сделать вывод, что венчурный бизнес в России находится лишь на стадии развития. Недостаточный объем финансирования, отсутствие спроса на новшества, неполнота информации приводят к гибели перспективных инновационных проектов еще на стадии «посева». Хотелось бы надеяться, что в становлении инновационного бизнеса не последнюю роль сыграет и государство, поскольку только объединение усилий всего заинтересованного сообщества позволит построить мощную российскую экономику.

#### Литература

1. Володин А.А. Сравнительный анализ развития венчурного предпринимательства в России, США и Европе [Текст] / А.А. Володин, Д.Н. Яушкин // Вестник университета (Государственный университет управления). – 2013. – № 6. – С. 133–140.
2. Данильчик Т.Л. Стратегия развития и венчурный потенциал малого инновационного предпринимательства [Электронный ресурс] / Т.Л. Данильчик, И.Н. Сычева, Е.С. Пермякова // Экономика и социум. – 2015. – № 1-2 (14). – С. 985–990. – URL: <http://elibrary.ru/item.asp?id=23938148>
3. Заиченко, Я.И. Венчурное предпринимательство как предпосылка для развития инновационной деятельности [Текст] / Я.И. Заиченко // Вестник Иркутского государственного технического университета. – 2014. – № 6. – С. 211–214.
4. Короткова, М.А. Венчурный бизнес в России и за рубежом [Текст] / М.А. Короткова, Е.М. Истомин // Проблемы современной экономики. – 2014. – № 21. – С. 139–142.
5. Аналитические сборники РАВИ 2004-2016 гг. / Российская ассоциация венчурного инвестирования [Электронный ресурс]. URL: <http://www.rvca.ru/rus/resource/library/rvca-yearbook>
6. Тимофеева, Л.А. Венчурное (рисковое) предпринимательство [Текст] / Л.А. Тимофеева // Модели, системы, сети в экономике, технике, природе и обществе. – 2014. – № 1. – С. 67–71.

**УДК 639.3**

***С.С. Гаврина, студент***

*Научный руководитель: Т.И. Захарова, канд. экон. наук, доцент  
г. Тара, Тарский филиал Омского государственного аграрного университета им. П.А. Столыпина*

## **АКВАКУЛЬТУРА – ОДНА ИЗ ВОЗМОЖНОСТЕЙ ИМПОРТОЗАМЕЩЕНИЯ В УСЛОВИЯХ ЭКОНОМИЧЕСКИХ САНКЦИЙ**

Обострившиеся экономические санкции породили необходимость импортозамещения. Это коснулось и производства продукции, связанного с аквакультурой – разведением, содержанием и выращиванием рыб, ракообразных, моллюсков, водорослей в искусственно созданных условиях или естественной среде обитания с целью получения продукции аквакультуры и оказания рекреационных услуг.

В соответствии с законодательством РФ товарное рыбоводство является видом предпринимательской деятельности, относящейся к сельскохозяйственному производству – отрасли животноводства.

Пик развития товарной аквакультуры в России пришелся на 80-е годы прошлого столетия, когда происходило широкое внедрение передовых технологий, принципов и систем ведения хозяйства.

Сегодня Россия серьезно отстаёт от других стран в развитии аквакультуры. На ее долю приходится только 3% мирового улова.

Рыбоводство в Омской области в последние годы также переживает глубокий кризис. Рыбный потенциал практически не используется. На рынке около 70 процентов товарного улова – иногородний экспорт. На привозной рыбе также работают все местные копильные цеха. Между тем в былые годы наш регион в этой сфере по праву считался одним из самых перспективных регионов Сибири.

Многие предприятия региона имели свои промысловые озера, карпятники. В настоящее время в области вообще не используется несколько тысяч гектаров нагульных прудов. В северных районах Омской области имеются более 200 озёр, позволяющих заниматься возрождением рыбного хозяйства. Получив озера в долгосрочное пользование, предприниматели могут заниматься воспроизводством рыбы, следя при этом за сохранностью биоресурсов и неся за это ответственность.

Мы разработали бизнес-план по обоснованию эффективности деятельности предприятия по разведению карпов в Тарском районе.

Реализация данного проекта позволит удовлетворить потребности населения Тарского и других районов области в товарной рыбе, организовать спортивно-любительское рыболовство. Проект будет направлен на долгосрочную перспективу, с расширением производства.

Планируется разведение карпов на высоком уровне интенсификации с многократным кормлением, технической аэрацией воды. Технологический цикл составит семь месяцев (с апреля по октябрь).

Сарбожанский карп – это особая порода, которая выведена специально для сибирских условий, она жизнестойка, хорошо переносит зимовку и набирает вес, неприхотлива в еде.

Карп содержит практически все необходимые для человека полезные элементы: фосфор, железо, витамины А, D, Е, цинк, кальций и йод. Обладает большими запасами незаменимых аминокислот, которые в организме человека не синтезируются. Но самое главное – это легкоусвояемый белок.

В собственности Черняевского сельского поселения Тарского района находится искусственный водоем (100 га), который не используется уже с 80-годов. Созданное предприятие планирует взять его в аренду и организовать свою деятельность в с. Черняево.

Для реализации проекта К(Ф)Х планирует закупить 200 кг мальков в Омском заводе товарного рыбоводства и аквакультуры ООО «Бородино».

Планируемый объем производства товарной рыбы равный 16 тонн в год – оптимальный для производственной деятельности.

Ценовая политика К(Ф)Х (цена за 1 кг рыбы установлена в размере 100–150 рублей) также способствует увеличению спроса на данную продукцию.

Полученную прибыль в результате осуществления проекта после окупаемости затрат, планируется направить на расширение отрасли (зарыбление озёр), получение большего объема товарной рыбы.

Производственные расходы составят 565 тыс. рублей, включают в себя: рыбопосадочный материал, корма, рыболовное оборудование, заработную плату с отчислениями.

Таблица 1

Производственные расходы (руб.)	
Вид затрат	Затраты в год, руб.
Рыбопосадочный материал	90 000,00
Корма	34 750,00
ГСМ	44 000,00
Материалы	45 000,00
Заработная плата	351 540,00
<b>Итого:</b>	<b>565 290,00</b>

Основным источником финансирования по созданию К(Ф)Х выступают средства государственного гранта, а также собственные средства.

В качестве режима налогообложения целесообразно выбрать один из специальных налоговых режимов – ЕСХН.

Общая стоимость проекта: 1 млн рублей. Срок окупаемости проекта: 4,2 года. В отчете о финансовых результатах представлены экономические показатели за период 2017–2021 гг.

Таблица 2

## Отчет о финансовых результатах (тыс. руб.)

Показатель	2017 г.	2018 г.	2019 г.	2020 г.	2021 г.
Остаток чистой прибыли (убытка)	-	(142,54)	132,31	309,84	800,75
Доходы, в т.ч.:	950,00	807,46	1 282,31	1 659,84	2 550,75
- от основной деятельности	350,00	950,00	1 150,00	1 350,00	1 750,00
- доход (различные источники финансирования)	400,00	-	-	-	-
- собственные средства	200,00	-	-	-	-
Расходы, в т.ч.:	1 086,29	703,29	913,29	713,29	713,29
Прямые затраты на производственную зарплату	351,54	351,54	351,54	351,54	351,54
Прямые затраты на материалы, корма	123,45	213,45	213,45	213,45	213,45
Закупка машин, оборудования	473,00	400,00	200,00		
Закупка рыбопосадочного материала	90,00	90,0	100,00	100,00	100,00
Амортизация основных средств и нематериальных активов	30,30	30,3	30,3	30,3	30,3
Расходы на текущий ремонт	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00
Производственные накладные расходы	14,0	14,0	14,0	14,0	14,0
Валовая прибыль от реализации (убыток)	(136,29)	160,75	369,02	946,55	1 837,46
Административные расходы)	4,50	4,50	4,50	4,50	4,50
Предоперационные расходы	1,75	-	-	-	-
Операционная прибыль (убыток)	(142,54)	156,25	364,52	942,05	1 832,96
Налоги	-	23,94	54,68	141,30	274,94
Чистая прибыль (убыток)	(142,54)	132,31	309,84	800,75	1 558,02

Одним из наиболее существенных недостатков организации деятельности К(Ф)Х является высокий уровень риска. К основным рискам проекта можно отнести: сохранность мальков; болезни рыбы (аэромоноз, кишечные паразиты, бронхитроз); повышенная загрязненность водной экосистем. Нами предложены следующие мероприятия по снижению рисков: контрольный отлов, сбалансированный рацион, добавка лечебных кормов, строгий контроль за эпизоотической ситуацией в пруду, проведение маркетинговых исследований.

Организация деятельности по разведению карпов в Тарском районе позволит:

- выйти на рынок рыбной продукции в регионе реализации проекта и соседних регионах;
- наиболее полно удовлетворить потребности населения в свежей товарной рыбе;
- создать новые рабочие места;
- организовать рентабельное производство.

## Литература

1. Проект поправки Правительства Российской Федерации к проекту федерального закона № 482298-5 «Об аквакультуре» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://fish.gov.ru>

УДК 339.137.2

*К.А. Гайворонская, студент*

*В.С. Епинина, канд. экон. наук, ст. преподаватель  
г. Волгоград, Волгоградский государственный университет*

## ВЫБОР И РЕАЛИЗАЦИЯ КОНКУРЕНТНОЙ СТРАТЕГИИ КАК ВАЖНЕЙШИЕ УСЛОВИЯ УСПЕШНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СОВРЕМЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

Термины «конкурентные стратегии» и «стратегии конкуренции» сегодня получили широкое распространение в деловой литературе, а также довольно часто применяются в научной деятельности при исследовании вопросов по стратегическому менеджменту и маркетингу.

Под конкурентной стратегией следует понимать концепцию управления, которая обеспечивает современному предприятию сильную позицию по отношению к конкурентам посредством создания мощного конкурентного преимущества. Стратегия конкуренции позволяет руководству предприятия

определить основные принципы и способы ведения конкурентной борьбы [4, с. 383]. Конкурентные стратегии характеризуют определенные способы привлечения, распределения и использования ресурсов предприятия с целью достижения конкурентных преимуществ [2, с. 103].

В современных условиях хозяйствования применяется множество разнообразных конкурентных стратегий. Вместе с тем конкурентные стратегии являются производными общих конкурентных стратегий и приспособлены к сложным динамичным (турбулентным) внешним условиям отрасли.

Понятие базовой конкретной стратегии определяет вид конкурентного преимущества и сферу, в которой оно создается [7, с. 16]. В настоящее время руководство предприятия может выбрать одну из четырех наиболее эффективных базовых стратегий: стратегию ограниченного роста, стратегию роста, стратегию сокращения, комбинированную стратегию.

Стратегию ограниченного роста выбирает большинство руководителей предприятий в сложившихся отраслях со стабильной технологией. Осуществляя деятельность в соответствии с данной стратегией, цели развития ставятся «от достигнутого» результата и корректируются на изменяющиеся условия внешней среды.

Стратегию роста применяют в быстро развивающихся отраслях со стремительно меняющейся технологией. Для данной отрасли характерно значительное увеличение уровня развития отчетного периода по сравнению с уровнем прошлого года.

Стратегия сокращения или стратегия последнего средства заключается в установлении цели ниже показателей, достигнутых в прошлом [6, с. 145]. Менеджеры современных предприятий используют данную стратегию, когда параметры его деятельности стремительно снижаются и никакими способами нельзя этого избежать.

Комбинированная стратегия заключается в применении всевозможных, рассмотренных выше комбинаций стратегий [1, с. 556]. Данного типа поведения придерживаются обычно крупные предприятия, функционирующие сразу в нескольких отраслях.

Каждая из вышеперечисленных стратегий является одной из базовых стратегий, которая имеет арсенал альтернативных вариантов. При выборе той или иной стратегии нужно принимать во внимание, что новые стратегии, как в традиционных отраслях, так и в новых сферах бизнеса, должны соответствовать накопленному потенциалу предприятия.

Формирование, внедрение и реализация стратегии современного предприятия – сложный, многоуровневый процесс, зачастую сильно растянутый во времени. Стратегическое управление, как динамическая совокупность, состоит из пяти связанных между собой управленческих процессов: анализ среды; определение миссий и целей предприятия; выбор стратегии; выполнение стратегии; оценка и контроль выполнения стратегии [5, с. 1058]. Данные процессы логически вытекают один из другого, но существует стабильная обратная связь и в соответствии с этим каждый процесс оказывает обратное влияние на остальные процессы и на всю их совокупность.

Следует отметить, что процесс формирования стратегии конкуренции в целом соответствует базовому. Процесс формирования и реализации стратегии включает следующие этапы:

1. Этап анализа – выделяются и анализируются наиболее значимые факторы внешней среды, оценивается внутренний потенциал предприятия.

2. Этап формирования стратегии – определяются возможные варианты стратегий и выбираются конкретные стратегии в зависимости от целей предприятия в отношении конкурентов и желаемой позиции на рынке.

3. Этап реализации – ориентированная на действия практическая административная деятельность, которая содержит организацию, финансовое планирование, проведение политики, создание мотивации, культурных условий и методов управления, т.е. все то, что обеспечивает достижение поставленных целей. Возникновение новых обстоятельств вынуждает проводить корректирующие действия, таким образом, этот процесс происходит снова и снова [3, с.80]. Задача реализации стратегии – наиболее сложная и трудоемкая часть стратегического менеджмента, относящаяся ко всем уровням управления. Если разработка стратегии связана с предпринимательской деятельностью и в основном представляет аналитический процесс, то реализация стратегии предполагает главным образом управление деловыми процессами и людьми. В то время как разработка стратегии, прежде всего – предпринимательская деятельность, то реализация стратегии – внутренняя административная деятельность.

Таким образом, выбор и реализация оптимальной стратегии являются важнейшими условиями успешной деятельности современного предприятия на рынке, поскольку затрагивают весь механизм его функционирования. Процесс выбора и последующей реализации стратегии конкуренции предприятия включает в себя ряд взаимосвязанных этапов, среди которых выделяют: анализ внешней и

внутренней среды предприятия, определение возможных вариантов стратегий и выбор конкретной стратегии конкуренции, реализацию избранной стратегии и контроль этого процесса. Конкурентные стратегии предприятия необходимо определять исходя из имеющихся возможностей, его целей и конкретных условий деятельности. Кроме того в современных экономических условиях рекомендуется постоянно проводить комплексные исследования по определению путей достижения конкурентоспособности и укрепления конкурентного статуса предприятия.

#### Литература

1. Байбакова Т.В. Стратегический анализ отрасли производства продукции молочной переработки / Т.В. Байбакова // Общество, наука, инновации (НПК – 2014): Всероссийская ежегодная научно-практическая конференция: сборник материалов: общеуниверситетская секция, БФ, ГФ, ФЭМ, ФАВТ, ФАМ, ФПМТ, ФСА, ХФ, ЭТФ. Вятский государственный университет, 2014. – С. 555–559.
2. Иванова В.В. Человеческий потенциал в инновационном развитии экономики России / В.В. Иванова, В.С. Кортунова // Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 9: Исследования молодых ученых. 2010. № 8-1. С. 102–105.
3. Кайль Я.Я. Актуальные инструменты кризисоустойчивого управления микроэкономической системой в условиях стратегического дрейфа / Я.Я. Кайль, Е.Ф. Файзулин, В.С. Епинина // Научные ведомости Белгородского государственного университета. Серия: Экономика. Информатика. – 2016. – Т. 39. – № 16. – С. 74–84.
4. Кодолова Т.А. Сравнительный анализ конкурентных преимуществ молочной продукции предприятий Кировской области / Т.А. Кодолова, Л.А. Суворова // Бизнес. Наука. Образование: проблемы, перспективы, стратегии: материалы российской заочной научно-практической конференции с международным участием. – 2015. – С. 383–387.
5. Коробов С.А. Проблемы разработки стратегии развития организационной структуры управления предпринимательских систем / С.А. Коробов, О.Ю. Трилицкая, Е.В. Кулаченко // Экономика и предпринимательство. – 2015. – № 6-3. – С. 1057–1062.
6. Ломакин С.И. Формирование цивилизованного малого бизнеса как стратегическое направление обеспечения устойчивого развития государства и его субъектов / С.И. Ломакин, Н.И. Морозова // Современная экономика: проблемы и решения. – 2015. – № 1. – С. 141–148.
7. Степанова С.В. Стратегические подходы к управлению социально-экономическими системами регионального уровня в контексте эволюционной экономической теории / С.В. Степанова, В.И. Шулепов // Вестник Поволжского государственного технологического университета. Серия: Экономика и управление. – 2015. – № 3. – С. 15–30.

УДК 658.3.07

*П.Х. Гасанова, студент*

*Научный руководитель: О.Ю. Трилицкая, канд. экон. наук, доцент  
г. Волгоград, Волгоградский государственный университет*

## ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ТРУДОВОГО ПОТЕНЦИАЛА НА ПРОМЫШЛЕННОМ ПРЕДПРИЯТИИ

Усовершенствование использования трудового потенциала подразумевает деятельность по установлению порядка взаимодействия сотрудников друг с другом и со средствами производства в целях успешного достижения итогов промышленной деятельности. Развитие отношений между сотрудниками на производстве следует начинать с установления содержания межличностных и рабочих отношений.

В широком смысле основной характеристикой общественного производства можно назвать уровень удовлетворения потребностей людей в необходимых социально-экономических благах. Более узким и конкретным по содержанию к данному критерию является собственно экономическая эффективность производства, характеризующаяся несколькими специальными параметрами. Основным из этих критериев выступает такой важный и широко используемый показатель, как производительность труда, выражающий количественное отношение результатов производства в сравнении с временными показателями. Помимо производительности труда, довольно-таки весомо определяют эффективность производства показатели рентабельности производства, фондоотдачи, показатели окупаемости и прибыльности.

Существуют такие типы использования трудового потенциала фирмы как [6, с. 24]:

- разделение (профессиональное, функциональное и технологическое);
- организация мест, условий для работы сотрудников, принятие методов и приемов труда;

– организация обслуживания мест для работы сотрудников, формирование условий труда (эстетических, санитарно-гигиенических, социально-психологических и психофизиологических), кооперирование труда;

- учет и планирование трудовой деятельности; подбор кадров; установление норм труда;
- подготовка и переподготовка персонала; установление форм оплаты труда;
- поддержание творческой инициативы, дисциплины, трудовой активности на высоком уровне.

Путем совершенствования в компании трудового потенциала предоставляется возможность решить такие недочеты взаимодействия между сотрудниками, как: четкое разделение функций; установление норм труда; рациональное обустройство рабочего места; определение эффективных способов выполнения задач. Это поможет выстроить положительные условия труда, что поспособствует общему увеличению эффективности производства и прибыльности бизнеса.

В свою очередь на эффективность трудового потенциала компании оказывают влияние [12, с. 44]:

– подобранный коллектив, потому что один человек ничего сделать не сможет. Привлеченные топ-менеджеры производят расчеты согласно поставленным целям. При изменении направления деятельности чаще всего меняют и персонал.

– структура предприятия. Кадры и структура имеют тесную взаимосвязь. Коллектив подбирается после разработанных шагов стратегии. Когда стратегические расчеты начнут приводить к прибыли, активы компании начинают расти, что приводит к развитию дополнительных инфраструктур.

Одной из главных задач службы управления трудовым потенциалом является построение благоприятных условий для рациональной организации трудовой деятельности, где сотрудники трудятся с удовольствием и заинтересованы в высокой эффективности своего труда и всего производственного процесса [2, с. 8].

Модернизация использования трудового потенциала может быть отличным подспорьем, чтобы развить промышленное производство. Это поможет повысить объемы производства, серьезно поднять его качество. Следовательно, повысится доходность фирмы, рентабельность. Производство станет легко модернизируемым и быстро развивающимся.

С помощью определенных рычагов и стимулов, включающих не только меры, связанные с пресечением и наказанием работников, допускающих те или иные нарушения, но и меры профилактического характера, меры, стимулирующие улучшение использования трудового потенциала. Эти меры предупреждают всевозможные нарушения, благодаря чему происходит управление трудовыми ресурсами в организации.

Мероприятиями по развитию трудового потенциала компании можно назвать [16]:

1. Качественная мотивация персонала – насущная тема для руководителей. Только мотивированные сотрудники приносят выручку делу, помогают достичь установленные цели, являются потенциалом для модернизации деятельности компании. Люди – очень дорогой умственный ресурс фирмы, её основной капитал, дающий конкурентоспособные преимущества на рынке.

2. Развитие системы управления рабочим временем. Широко используя различные формы поощрений, следует также радикально бороться с нарушениями трудовой дисциплины. Принципиальным составляющей системы управления рабочим временем можно назвать обнаружение запасов, общественно-экономическую критику утрат и определение ступени воздействия на качество производства. Чтобы сформировать систему управления рабочим временем, нужны надлежащие экономические условия, общественный интерес в итогах труда, устройство экономического стимулирования, подразумевающее внедрение не только поощрений, но и наказаний, подключение материального побуждения и ответственности за разумное внедрение рабочего времени. Основным условием увеличения действенности системы стимулирования является воплощение целостности подхода к одобрению и наказанию.

3. Обеспечение безопасных условий труда. В условиях усиления строгости экологического законодательства, а также ужесточения требований, относящихся к охране здоровья и безопасности труда, приоритетной задачей обеспечить безопасные условия труда, защитить здоровье работников от вредного воздействия производственной деятельности предприятия, а также сохранить благоприятную окружающую среду.

Нужно подбирать талантливых и способных сотрудников для слаженной работы. Коллектив должен быть воодушевлен и объединен поставленной целью. Кадры нужно выстраивать в особую лестницу, каждая ступенька которой отвечает за определенные объемы работы и за шаги к достижению целей. Для поиска идеальных путей увеличения эффективности деятельности компании, нужно отслеживать культуру фирмы.

Чтобы совершенствовать систему управления запасами, нужно позаботиться о доступности нужной информации в любой момент времени [1, с. 53]. Тут помогают облачные технологии. Они дают возможность получить данные с любой точки земного шара при наличии интернета. К тому же самые передовые системы управления запасами обладают алгоритмами расчета трат сырья и материалов, что помогает предоставлять высококачественные прогнозы и рекомендации, необходимые для пополнения складов. В этих случаях роль отдельного человека сводится только к оформлению заказов и к слежению за нормальной работой системы. Следовательно, необходимо сформировать автоматизированную систему управления запасами.

Заинтересованность работников в достижении высоких результатов приводит к эффективной работе любого предприятия. Даже при новейшей технике, применимой на производстве, ожидать повышения прибыли не приходится, если нет заинтересованности персонала в своей работе.

На данный момент мотивация персонала – это часть кадровой политики и система стимулирующих к повышению качества труда мер. От установленных правил в компании, ее корпоративной политики, взаимоотношений руководства и сотрудников зависит выбор способа стимуляции. Правильно выбранная мотивация персонала может значительно повысить выручку фирмы и обеспечить ей стабильность дохода [17, с. 12].

Экономически эффективным выступает такой способ производственной деятельности, где достигается соответствие объемов произведенной продукции при данном конкретном объеме затрат на ее выпуск. Если же фирма не может поддерживать такие объемы без привлечения дополнительных ресурсов, то такое производство неэффективное. То есть, эффективной является экономическая деятельность с наименьшими издержками.

Следовательно, внедрение и грамотное использование информационных технологий в малый бизнес обеспечивает укрепление и развитие позиций данного вида деятельности, а также обеспечивает выход на мировой уровень, что в свою очередь стимулирует экономическое развитие страны.

Экономическая эффективность, как правило, выступает основным интегрированным показателем успешности ведения хозяйственной деятельности для любого предприятия в любой отрасли. В самом простом выражении экономическая эффективность производства подразумевает под собой величину соотношения того результата, который достигнут предприятием или фирмой и производственно-коммерческой деятельности и тех затрат, которые понесла данная фирма или предприятие для достижения данного результата. Количественный параметр этого соотношения называется показателем экономической эффективности и определяется как относительная результативность работы всей экономической системы (здесь имеется в виду полный производственно-коммерческий цикл для данного конкретного предприятия). Относительность параметра результативности определяется тем, что ее показатели берутся в сравнении с показателями затрат ресурсов [3, с. 15].

Таким образом, правильно построенная кадровая работа позволит проводить эффективную систему антикризисного управления персоналом, снизить напряженность в коллективе, улучшить трудовые результаты, снизить брак на производстве, повысить лояльность сотрудников к руководству и проводимым мерам по стабилизации предприятия в условиях нестабильности внешней и внутренней среды.

#### Литература

1. Адамчук В.В., Ромашов О.В., Сорокина М.Е. Экономика и социология труда: Учебник для вузов. М.: ЮНИТИ, 2013. – 407 с.
2. Бабосов Е.М. Управление персоналом [Электронный ресурс] / Е.М. Бабосов. – Минск: ТетраСистемс, 2012. – 288 с.
3. Владимирова Л.П. Организация, нормирование и оплата труда на предприятиях отрасли. – М.: Дашков и К, 2012. – 348 с.
4. Генкин Б.М. Основы организации труда: учеб. пособие / Б.М. Генкин, В.М. Свистунов. – Москва: Норма, 2012. – 399 с.
5. Гладкий, А.А. 1С Зарплата и управление персоналом 8.3. 100 уроков для начинающих / А.А. Гладкий. – М.: Эксмо, 2015. – 272 с.
6. Гончаров, В.В. В поисках совершенства управления: руководство для высшего управленческого персонала / В.В. Гончаров. – М.: Дело, 1992. – 262 с.
7. Жучков Ю. Повышение эффективности компенсационного пакета работника / Ю. Жучков // Справочник по управлению персоналом. – 2014. – № 1. – С. 74–80.
8. Зушина Г.М., Костин Л.А. Трудовые ресурсы и трудовой потенциал общества. М., 2012. – 368 с.
9. Кафидов В. Управление человеческими ресурсами: учеб. пособие. Стандарт третьего поколения [Электронный ресурс] / В. Кафидов. – Санкт-Петербург: Питер, 2012. – 208 с.
10. Лахметкина, Н.И. Управление персоналом (для ссузов) / Н.И. Лахметкина. – М.: КноРус, 2013. – 208 с.
11. Лебедева С.Н., Мисникова Л.В. Экономика и организация труда: учебник для студентов ВУЗов по специальности «Экономика и управление на предприятии». – Мн.: Мисанта, 2002. – 166 с.
12. Леденева Е. Трудовой потенциал как экономическая категория // Человек и труд. – 2012. – № 1.

13. Ловчева, М.В. Управление персоналом: теория и практика. Делопроизводство в кадровой службе: учебно-практическое пособие / М.В. Ловчева. – М.: Проспект, 2013. – 80 с.
14. Лукичева, Л.И. Управление персоналом: учебное пособие / Л.И. Лукичева; под ред. Ю.П. Анискин. – М.: Омега-Л, 2013. – 263 с.
15. Лукьянова, Т.В. Управление персоналом: Теория и практика. Психофизиология профессиональной деятельности и безопасность труда персонала: учебно-практическое пособие / Т.В. Лукьянова. – М.: Проспект, 2012. – 72 с.
16. Ноздрина А.В. Анализ трудового потенциала // Молодой ученый. – 2014. – № 4.2. – С. 137–141.
17. Соколова В. Мероприятия, мотивирующие персонал на развитие / В. Соколова // Справочник по управлению персоналом. – 2014. – № 2. – С. 12–14.

**УДК 331.53**

***Д.Д. Гасимова, студент***

*Научный руководитель: А.В. Тагирова, преподаватель  
г. Нижневартовск, Нижневартовский государственный университет*

## **ДИСКРИМИНАЦИЯ ЖЕНЩИН В СФЕРЕ ТРУДА**

Согласно ст. 3 Трудового кодекса «каждый имеет равные возможности для реализации своих трудовых прав». Никто не может быть ограничен в трудовых правах и свободах или получать какие-либо преимущества независимо от пола, расы, цвета кожи, национальности, языка, происхождения, имущественного, социального и должностного положения, возраста, а также от других обстоятельств, не связанных с деловыми качествами работника [5].

По статистике более половины безработных – женщины. Среди них самая многочисленная группа – женщины после 45 лет и девушки от 25 до 29 лет. Причиной тому сложившееся мнение о женщине, как о матери и хозяйке, созданной стирать, готовить и растить детей, а преимущество зарабатывать и делать карьеру отдано мужской части населения. Женщине после 45 лет, оставшейся без работы, найти хорошую работу очень сложно, работодатели даже не рассматривают их как работников. Численность мужчин в трудоспособном возрасте больше численности женщин, превышение складывается за счет того, что трудоспособный возраст мужчин на 5 лет больше, чем женщин [4]. Дискриминация на работе касается и молодых женщин. Молодым женщинам отказывают в работе, так как считается, что они будут рожать детей после устройства на работу и уйдут в отпуск по уходу за ребенком. Работодатель, выбирая между мужчиной и женщиной, отдаст предпочтение мужчине, пусть даже и квалификация у того ниже.

Имиджмейкеры считают, что наши женщины просто не умеют преподносить себя, даже имея высокую квалификацию и хорошее образование. Женщина медленнее продвигается по службе (если вообще продвигается). Руководителей женщин меньше, чем мужчин. Психологи считают, что основной ошибкой при приеме на работу являются женские страхи, неуверенность женщины, что она будет успешной в новой должности и сделает карьеру. Женская внутренняя неуверенность мешает им продвигаться по службе. В этом случае имеет значение пройти психические тренинги или курсы личностного роста для повышения уверенности в себе и успешности. В настоящее время многие организации недооценивают и игнорируют значимость адаптации сотрудника, тем самым подвергая производство и организацию в целом неэффективному процессу труда [2]

Зачастую женщина зарабатывает меньше, работая на такой же должности, что и мужчина, примерно получая 65-85% от зарплаты, получаемой мужчиной-коллегой. Почему же женщину, имеющую такое же образование, обходят в повышении зарплаты? В некоторых случаях сами девушки способствуют тому, что существует дискриминация в работе. К примеру, на собеседовании при приеме на работу многие именуют сумму зарплаты заведомо ниже. Женщины реже, чем мужчины требуют повышения зарплаты. Подобное действия женщины обуславливается их положением на рынке труда. И хотя женщине бывает обидно оттого, что она выполняет работу лучше и качественнее своего коллеги-мужчины, а получает при этом меньше его, но она редко выскажет недовольство по этому поводу и уверяет себя, что, по крайней мере, имеет работу. Она не просит повышения из-за страха быть лишенной работы, предпочитая не высовываться, полагая, что правильнее иметь работу, нежели быть безработной. Эта позиция в корне ошибочна. Все большее число работодателей ценят в своих подчиненных умение знать себе цену, особенно это относится к женщинам, даже если она готова на время оставить работу из-за желания стать мамой (страхась признаться шефу о своем интересном положении, ставит его перед фактом, когда уже нельзя скрывать). Молодым мамам приходится выбирать



между работой и воспитанием. Но ей не хочется годами сидеть дома, а выйти на работу побыстрее на удобных для нее условиях. Вот только работодатели не доверяют женщинам, имеющих малышей, считая, что женщины, прикрываясь ребенком, будут часто брать больничные и отгулы. В иностранных компаниях работодатели благополучно управляют с подобными трудностями, они организуют ясли и сады непосредственно в компании, что весьма комфортно для работающих представительниц слабого пола. Женщина спокойна и занята работой. Некоторые отечественные работодатели перенимают этот опыт. Американцы, наоборот, считают, что женщина с маленькими детьми – отличный работник. Она более организована и не будет часами зависать за чашечкой кофе или в чате, а будет стараться выполнить работу в срок, чтобы вовремя уйти домой. Экономическая теория гласит, что время, затрачиваемое работником на труд – это основное мерило эффективности трудового процесса [1]. Некоторым решением проблемы будет удаленная работа в интернете. Этой работе средства массовой информации пророчат большое будущее. Но мнения разделились. Сторонники удаленной работы считают это решение лучшим – ведь так можно и воспитывать ребенка и активно работать. Противники считают, что так женщина обедняет себя общением, запираясь в четырех стенах. Но как выход, пока ребенок маленький, женщина может поработать на дому через интернет.

Дискриминация приводит к уменьшению социального статуса женщины и считается одной с форм насилия над её личностью, и, следовательно, угрозой с целью её безопасности. Корни социальной дискриминации женщин необходимо искать в глубокой древности. Уже тогда эксперты и политические деятели прикрывали неравноправное положение представительницы слабого пола в мире, её угнетение и эксплуатацию спорами о том, считается ли женщина человеком и имеет ли она душу.

В ряде стран запрещается при приеме на работу спрашивать женщину, беременна ли она, за исключением ситуации, если выполнение работы может испортить самочувствие матери и ожидаемого малыша [2].

Наоборот, работодатель в Российской Федерации категорически не желает входить в трудовые взаимоотношения с данной группой рабочих, что порождает дискриминацию. В анкетах, что дают работодатели при приеме на работу зачастую находятся подобные пункты как: семейное положение, наличие маленьких детей [2].

При всем плюрализме взглядов на проблему дискриминации женщин нельзя забывать факт исторической значимости: именно Октябрьская революция в России 1917 г. дала толчок к решению ключевого вопроса о равенстве женщины и мужчины во всех сферах жизни, в том числе гражданских и юридических правах, в труде и образовании, в семье.

Таким образом, мы делаем вывод о том, что непосредственно в Российской Федерации представительницы слабого пола подвергаются дискриминации, невзирая на наличие (или вопреки наличию) законодательства, защищающего их права [2].

#### Литература

1. Звoryгина В.С., Тихонова Ю.С., Тагирова А.В. Правовое регулирование режима рабочего времени // Экономика и социум. 2016. № 4-2 (23). С. 1140–1144.
2. Петрова В.С., Виноградова Ю.Л. Адаптация сотрудника на новом рабочем месте в крупных организациях // Семнадцатая региональная научная конференция Нижневартковского государственного университета: статьи докладов / Отв. ред. А.В. Коричко. 2015. С. 517–520.
3. Прокопенко А.В. Дискриминация женщин в сфере труда // Молодой ученый. – 2016. – № 20. – С. 559–563.
4. Стукач В.Ф., Астахова Е.А., Пецевич В.С., Тетерева А.М., Косенчук О.В., Зинич Л.В., Кузнецова Н.А., Нардина С.А., Волкова И.А., Зинич А.В. Баланс трудовых ресурсов в прогнозировании развития сельской местности: региональный аспект. Омск, 2014.
5. Трудовой кодекс Российской Федерации от 30.12.2001 № 197-ФЗ (ред. от 03.07.2016) (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.01.2017).

## **ДЕБИТОРСКАЯ И КРЕДИТОРСКАЯ ЗАДОЛЖЕННОСТЬ КАЗЕННЫХ УЧРЕЖДЕНИЙ: КОНТРОЛЬ И УПРАВЛЕНИЕ**

В процессе своей деятельности казенные учреждения совершают различные хозяйственные операции, связанные с движением материальных и финансовых ресурсов или принятием обязательств. Согласно Гражданскому кодексу РФ обязательством признают обязанность одного лица совершить в пользу другого лица определенное действие – передать имущество, выполнить работу, уплатить деньги и тому подобное или воздержаться от определенного действия [2].

Если обязательства должно исполнить учреждение, то их называют кредиторской задолженностью, то есть учреждение должно своему кредитору (юридическому или физическому лицу) определенные суммы денежных средств или других активов. А если долги возникают у других юридических или физических лиц по отношению к учреждению, то такие обязательства называют дебиторской задолженностью, то есть дебитор должен учреждению деньги или имущество.

Казенное учреждение отвечает по своим обязательствам находящимися в его распоряжении денежными средствами [2]. При недостаточности указанных денежных средств субсидиарную ответственность по обязательствам такого учреждения несет собственник его имущества. Поскольку денежных средств в распоряжении казенного учреждения нет никаких, возникает уникальная ситуация, которой не бывает ни с какими иными видами юридических лиц: казенное учреждение своими действиями может привести к возникновению кредиторской задолженности, а вот расплачиваться за это будет бюджет публично-правового образования. Поэтому к кредиторской задолженности казенных учреждений и оказывается такое пристальное внимание, тем более к просроченной.

Вся система исполнения бюджета по расходам организована так, чтобы кредиторской задолженности не образовывалось вообще. Откуда может взяться кредиторская задолженность? Если учреждение приняло на себя обязательство и не смогло его исполнить. Но получатель бюджетных средств имеет право принимать бюджетные обязательства только в пределах доведенных до него лимитов бюджетных обязательств [1]. Неисполнение этой нормы будет административным правонарушением. То есть, не должно быть так, чтобы казенное учреждение заключило договор, а потом не нашло денег, чтобы его оплатить. Договор может быть заключен только в пределах свободных лимитов бюджетных обязательств.

Допустимой следует считать просроченную кредиторскую задолженность, возникшую только по двум причинам, не зависящим от воли учреждения: на основании нормативно-правовых актов или на основании исполнительного листа.

Например. Принят нормативно-правовой акт, вводящий новый вид социальных выплат населению. Но количество граждан, имеющих право на эту выплату, превысило заложенное в расчеты при составлении бюджета. В результате у учреждения, уполномоченного производить соответствующие выплаты, не хватило бюджетных ассигнований, и образовалась просроченная кредиторская задолженность.

В составе кредиторской задолженности казенных учреждений отражают задолженность перед бюджетом (налоговые обязательства), перед государственными внебюджетными фондами, перед поставщиками и подрядчиками за поступившие материальные ценности, выполненные работы, оказанные услуги, перед сторонними организациями (полученные от них авансы по предстоящим расчетам на основании заключенных договоров), перед подотчетными лицами, перед работниками по депонированной заработной плате и т.д.

Кредиторская задолженность может быть прекращена двумя способами – исполнением обязательства (в том числе зачетом) и ее списанием как неустребованной.

Дебиторской задолженностью считают задолженность юридических и физических лиц перед организацией, которая отражена в ее балансе на определенную дату (или имущественные требования учреждения к другим лицам, которые перед ним в долгу). В практике казенных учреждений дебиторская задолженность возникает чаще всего, когда учреждение перечисляет аванс поставщику или отпускает покупателям и заказчикам товарно-материальные ценности, оказывает услуги, выполняет работы на условии последующей оплаты.

Кроме того, должниками казенных учреждений могут быть подотчетные лица, не погасившие долг виновники недостачи, бюджет, государственные внебюджетные фонды и др.

Дебиторская задолженность может быть прекращена исполнением обязательства или продана, а также списана как нереальная к взысканию по истечении срока исковой давности либо вследствие невозможности исполнения обязательства.

Все доходы, полученные казенными учреждениями, должны быть отправлены в доход бюджета (п. 5 ст. 41 БК РФ). Поэтому, если казенное учреждение оказало платные услуги, выполнило работы или отгрузило продукцию, а оплату не получило, убыток понес непосредственно бюджет публично-правового образования.

Согласно нормам Бюджетного кодекса РФ казенное учреждение может исполнять свои обязательства только за счет бюджетных ассигнований. Поэтому, если учреждение произвело предоплату и не получило товары, работы, услуги в течение текущего года, то на следующий год эти средства надо истребовать с дебитора и вернуть в бюджет. Если же дебиторская задолженность прошлых лет не погашается, убыток несет непосредственно бюджет публично-правового образования.

Поэтому дебиторской задолженности в казенных учреждениях также уделяют пристальное внимание.

Конечно, наличие оперативной дебиторской и кредиторской задолженности – естественная ситуация финансово-хозяйственной деятельности. И трудно представить организацию, у которой на отчетный период отсутствовал бы тот или иной вид задолженности. Однако это приводит к тому, что зачастую руководитель учреждения уделяет анализу и контролю дебиторской и кредиторской задолженности недостаточно внимания, просто передавая эти функции в бухгалтерию.

В современных условиях финансовые органы на всех уровнях бюджета практически во всех регионах Российской Федерации активно ведут мониторинг и контроль состояния дебиторской и кредиторской задолженности казенных учреждений с целью предотвращения, снижения и ликвидации просроченной задолженности. При этом наличие, прежде всего, кредиторской задолженности, ее увеличение служит для органа, осуществляющего функции и полномочия учредителя, тревожным сигналом в отношении качества управления учреждением. Но если финансовый орган волнует кредиторская задолженность, то руководителя должна волновать дебиторская – поскольку именно она ведет к финансовым потерям учреждения. Поэтому не должен руководитель одну из основных функций – управление дебиторской и кредиторской задолженностью и контроль за ее уровнем – пускать на самотек.

Несвоевременное списание нереальной к взысканию дебиторской задолженности может привести к существенному искажению показателей бюджетной отчетности.

Взаимоотношения, которые возникают между получателем бюджетных средств и его контрагентом, регулируются бюджетным и гражданским законодательством.

Списание дебиторской задолженности, не реальной к взысканию, осуществляется на основании приказа (распоряжения) руководителя казенного учреждения, а также данных проведенной инвентаризации, письменного обоснования и иных оправдательных документов. При этом должен соблюдаться порядок списания, установленный главным администратором доходов бюджета (уведомительный порядок, согласование и т.д.).

В последующем списание с забалансового учета безнадежной дебиторской задолженности осуществляется: по истечении срока наблюдения, при возобновлении процедуры взыскания задолженности, при поступлении средств в погашение задолженности.

Управление задолженностью представляет собой достаточно сложный процесс, в котором должны участвовать служба снабжения, руководители проектов, финансовая, юридическая службы.

Основные задачи, решаемые при управлении задолженностью учреждения:

- постоянный контроль за дебиторской и кредиторской задолженностью по каждому дебитору и кредитору. Например, своевременный контроль и анализ позволят вовремя выявить просроченную дебиторскую задолженность и оперативно принять меры по ее взысканию;
- проверка достоверности этих обязательств, целесообразности и эффективности использования;
- снижение уровня дебиторской задолженности до размера, не превышающего уровень кредиторской задолженности;
- уделение большего внимания контролю дебиторской задолженности, так как именно она приводит к отвлечению денежных средств, что может привести к дальнейшей неплатежеспособности учреждения;

- своевременное погашение кредиторской задолженности, не допуская просрочек и штрафных санкций;
- выявление недобросовестных потребителей и поставщиков;
- проведение бухгалтерской и юридической службами учреждения совместных мероприятий, направленных на своевременное принятие мер воздействия на недобросовестных и (или) неплатежеспособных контрагентов.

Важным является проведение периодического анализа показателей задолженности. Однако предварительно нужно разработать порядок контроля задолженности (формы сводных документов, графиков платежей, регламент анализа задолженностей) и отразить в приказе об учетной политике.

Далее целесообразным является назначение ответственного за контролем задолженности – внутреннего ревизора-аудитора. Причем важно, чтобы ревизор подчинялся напрямую руководителю.

Затем определить периодичность, с которой будет контролироваться дебиторская и кредиторская задолженность. Как правило, такой период устанавливается в 1–2 недели.

Таким образом, для целей минимизации рисков, связанных с дебиторской задолженностью, ее необходимо постоянно контролировать. С установленной периодичностью нужно анализировать дебиторскую задолженность по контрагентам, срокам образования и объемам; контролировать расчеты по отсроченной или просроченной задолженности, определять приемы и способы ускорения востребования долгов и уменьшения безнадежных долгов.

#### Литература

1. Бюджетный кодекс Российской Федерации: Федеральный закон РФ от 31.07.1998 г. № 145-ФЗ (с последующими изм.) // Собрание законодательства Российской Федерации. – 1998. – № 31. – Ст. 3823.
2. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая): Федеральный закон РФ от 30 ноября 1994 г. № 51-ФЗ (с последующими изм.) // Собрание законодательства Российской Федерации. – 1994. – № 31. – Ст. 3301.

УДК 336.71:339.5

**Е.А. Глебова, магистрант**

*Научный руководитель: О.С. Зиниша, канд. экон. наук, доцент  
г. Краснодар, Кубанский государственный аграрный университет им. И.Т. Трубилина*

## ЛИЗИНГОВЫЕ ОПЕРАЦИИ В МЕЖДУНАРОДНЫХ СДЕЛКАХ

Лизинг (или по-другому финансовая аренда) – является одним из основных видов инвестиционной деятельности в странах с развитой экономикой. Оценку эффективности лизинга нам позволяет сделать многолетний опыт многих стран мира, в которых использование лизингового механизма в предпринимательской деятельности воспринимается как должное. Но в России рынок лизинговых услуг весьма молод. В деятельности коммерческих банков получило развитие финансирование операций по аренде, или по лизингу. В нынешних условиях большинство международных и российских предприятий испытывают недостаток оборотных средств. Они не могут внедрять инновационные решения, достижения научно-технического прогресса, обновлять свои основные фонды и вынуждены брать кредиты. Взять оборудование в лизинг – более выгодная форма для предприятия, если необходимо обновить свои основные средства. Форма лизинга примиряет противоречия между предприятием, у которого нет средств на модернизацию, и банком, который неохотно предоставит этому предприятию кредит, так как не имеет достаточных гарантий возврата инвестированных средств. Лизинговая операция выгодна всем участвующим: одна сторона получает кредит, который выплачивает поэтапно, и нужное оборудование; другая сторона – гарантию возврата кредита, так как объект лизинга является собственностью лизингодателя или банка, который финансирует лизинговую операцию или сам сдает в аренду, до поступления последнего платежа. Банки вместо того, чтобы выдавать предприятию кредит на приобретение указанных средств, могут сами их покупать и заключать договор лизинга, сохраняя за собой право собственности. При этом банк получает лизинговый платеж, а не ссудный процент.

Лизинг в нынешнее время является формой международного кредита.

Международный лизинг – лизинг, когда одна из сторон (лизинговая фирма, арендодатель, арендатор) принадлежит другой стране. Выделяют два типа лизинга: импортный, когда имущество покупается у зарубежных поставщиков, и экспортный, где объектом является имущество, предназна-

ченное зарубежным получателям. Покупку имущества после окончания срока лизинга можно назвать экспортом. Международный лизинг регулируется государством, в связи с тем, что платежи по лизингу увеличивают валютные расходы страны.

Значительное влияние на процесс развитие лизинга в РФ за последние три года оказала господдержка авиализинга российских самолетов. Отдельно стоит отметить докапитализацию государственной транспортной лизинговой компании (ГТЛК) на 30 млрд рублей, госсубсидии лизинговых компаний на возмещение части затрат по кредитам, а также программу гарантирования остаточной стоимости российских самолетов, реализация которой в дальнейшем также может положительно отразиться на лизинге или аренде авиасудов в России. Сейчас более 60% всех переданных в аренду и лизинг самолетов в России приходится на иностранных лизингодателей. Одними из ключевых преимуществ иностранных лизинговых компаний перед российскими является опыт и компетенции в оперлизинге авиасудов: по оценкам, не менее 80–90% своего парка иностранцы сдают в оперативную аренду, в то же время как у российских лизинговых компаний доля оперлизинга в объеме нового бизнеса с авиатехникой редко превышала 10%. В 2015 году из-за крупных сделок ГТЛК доля оперлизинга в объеме нового бизнеса в авиасегменте выросла до 31%. Низкий уровень капитализации российских авиакомпаний и кризис в авиаотрасли снижают привлекательность авиасегмента для лизингодателей [4, с. 19].

В Государственном специализированном российском экспортно-импортном банке Росэксимбанк последняя на настоящий момент крупная сделка – кредит на поставку авиалайнера ИЛ-96-300 для ОАО «Ильюшин Финанс Ко», оформленный в апреле 2015 года. В рамках этого проекта российская лизинговая компания заключила контракт с кубинским внешнеторговым предприятием Aviaimport S.A. Сделка была осуществлена с помощью комплекса кредитно-страховых продуктов для поддержки экспорта, реализовать ее позволило сотрудничество со страховым агентством ЭКСАР. Сегодня все 13 самолетов, для производства которых были предоставлены кредиты АО Росэксимбанка, совершают перелеты по всей Латинской Америке. Первые шесть авиалайнеров за 10 лет эксплуатации перевезли более 500 тыс. пассажиров [1].

Государства уже много лет работают над совместными проектами в разных областях промышленности, обеспечивая своим компаниям возможности для развития и выхода на мировые рынки [1].

Исходя из данных опроса топ-менеджеров лизинговых компаний, проведенного в рамках юбилейной XV конференции «Лизинг в России» можно выделить следующий вопрос-ответ.

#### **Какой сегмент станет драйвером / точкой опоры рынка в 2017 году?**

По мнению топ-менеджеров профессионального сообщества, в 2017 году, как и в 2016-м, основная доля новых сделок будет приходиться на розничные сегменты, в первую очередь на легковой и грузовой автотранспорт (54%), а также строительную и сельскохозяйственную технику (26% голосов участников опроса). Несмотря на то, что большинство ожидают снижения доли сегмента железнодорожной техники, тем не менее, каждый пятый отмечает сделки с ж/д техникой в качестве возможного драйвера развития рынка в 2017 году. Ни один из участников опроса не отдал свой голос за вариант «авиатехника», при том, что в предыдущем году именно с авиализингом были связаны основные надежды на 2016-й год. В 2017 году ожидается рост лизинговых сделок с привлечение банковского сектора на международном рынке в сфере сельскохозяйственной техники, результаты опроса можно увидеть на рисунке ниже [5].

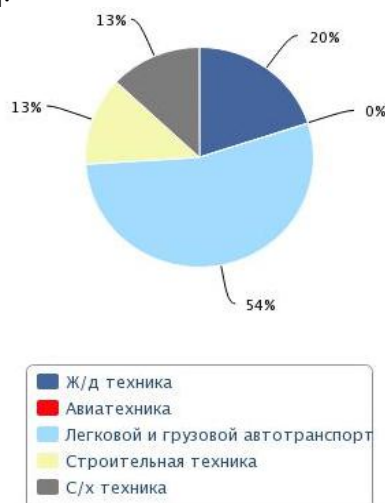


Рис. 1. Предполагаемая структура российского рынка лизинга в разрезе целевых сегментов на 2017 год

Лизинговый рынок как один из индикаторов инвестиционной активности в экономике, показывает отрицательную динамику. Сокращение объема нового бизнеса (стоимости имущества) за 2015 год составило около 20%, а его номинальный объем, не превысил 545 млрд рублей. От большого падения рынок удержали крупные авиасделки и госпрограмма по субсидированию автолизинга, а также скидки и специальные предложения от лизингодателей в конце года [4, с. 9].

Среди крупнейших сегментов лизингового рынка прирост за 2015 год показал только авиализинг (+28,4%), около 94% нового бизнеса которого пришлось на сделки крупнейших лизинговых компаний рынка. Причинами роста авиасделок в последние три года, помимо отдельных крупных разовых сделок, послужили государственные меры по поддержке лизинга или аренды российских самолетов [4, с. 14].

В целях поддержания клиентского спроса на лизинговые услуги лизингодатели стали все чаще участвовать в госпрограммах, направленных на поддержку лизингополучателей путем субсидирования лизинга или аренды определенного вида имущества. Участие в таких проектах начинает сказываться на структуре нового бизнеса и портфеле лизинговых компаний.

Международный лизинг, развивая рыночные отношения, решает задачи модернизации и обновления оборудования в условиях ограниченности финансовых ресурсов, позволяет использовать современные технологии, а также он влияет на состояние платежного баланса страны. Оплата за приобретённое оборудование в рассрочку и отнесение всех связанных с этим расходов на себестоимость продукции дает возможность уменьшить налогооблагаемую базу и, соответственно, налоговые платежи, что достаточно выгодно для лизингополучателя.

#### Литература

1. АО РОСЭКСИБАНК, Кубинский проект [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://eximbank.ru/success/stories.php?page=531>
2. О финансовой аренде (лизинге): федеральный закон Российской Федерации N 164-ФЗ от 29.10.1998 г. (в ред. Федеральных законов от 29.01.2002 N 10-ФЗ, от 22.08.2004 N 122-ФЗ, от 18.07.2005 N 90-ФЗ, от 26.07.2006 N 130-ФЗ, от 08.05.2010 N 83-ФЗ, от 28.06.2013 N 134-ФЗ, от 04.11.2014 N 344-ФЗ, от 31.12.2014 N 512-ФЗ, от 03.07.2016 N 360-ФЗ, с изм., внесенными Федеральными законами от 24.12.2002 N 176-ФЗ, от 23.12.2003 N 186-ФЗ); принят Гос. Думой 11 сентября 1998 года.; одобрен Советом Федерации 14 октября 1998 года // КонсультантПлюс: Версия Проф. – Справ.-прав. система.
3. ОАО «Ильюшин Финанс Ко.» Годовая отчетность по лизинговым операциям [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.disclosure.ru/issuer/3663029916>
4. Обзор «Рынок лизинга по итогам 2015 года: на субсидиях» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://www.ulkr.ru/downloads/file/bull\\_leasing\\_itogi\\_2015.pdf](http://www.ulkr.ru/downloads/file/bull_leasing_itogi_2015.pdf). – С. 9–19.
5. Результаты опроса топ-менеджеров лизинговых компаний в рамках XV Всероссийской конференции «Лизинг в России – 2016: навстречу реформам» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://raexpert.ru/researches/leasing/opros\\_2016](http://raexpert.ru/researches/leasing/opros_2016)

УДК 336.132

**Е.К. Голинченко, студент**

*Научный руководитель: Е.Н. Лепяхова, канд. социол. наук, доцент  
г. Ставрополь, Северо-Кавказский федеральный университет*

## ФИНАНСОВАЯ УСТОЙЧИВОСТЬ КАК ФАКТОР КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ

Одной из важнейших сфер анализа хозяйственной деятельности предприятий является финансовая устойчивость, которая характеризует способность предприятия самостоятельно финансировать свою деятельность. Уровень финансовой устойчивости определяется рядом показателей, на основе которых делают выводы о надежности того или иного субъекта хозяйствования.

Сейчас конкурентоспособность играет огромную роль в жизни любого предприятия. Ведь каждый субъект борется за то, что бы его продукция была востребована на рынке и была бы в состоянии конкурировать с другими товарами из той же категории.

Финансовая устойчивость – способность компании переносить непредвиденные потрясения, отражать неблагоприятные воздействия, сохраняя в равновесии собственную финансовую систему, комбинируя в выгодном для себя балансе активы и пассивы, поддерживать платёжеспособность, самой финансировать свою деятельность, вкладывать в развитие, осуществлять выше перечисленное точно в срок, по первому требованию [2].

В настоящее время каждое предприятие в большей или меньшей степени зависит от поступления денежных средств извне, а на это, соответственно, влияют результаты его деятельности. Стабильно ли будет состояние, зависит от многих факторов. Не только внешнее воздействие способно вывести из равновесия устойчивость, но и слаженность работы внутренних элементов. Планирование производственной и финансовой деятельности являются взаимодополняющими друг друга элементами.

Финансовая устойчивость – это системное явление, результат хорошо продуманного и спланированного управления всеми факторами, влияющими на неё. Чтобы система управления всегда оставалась эффективной и способной развиваться требуется обеспечивать безопасное финансовое положение.

Кругооборот капитала – это изменение структуры финансовых средств и источников их формирования, а финансовая система предприятия – это совокупность связанных финансовыми отношениями элементов. Каждый элемент, представляет своего рода подсистему, отличающуюся своим функционированием, распределением и использованием денежных средств. Она должна отслеживать наличие потребности в денежных ресурсах, сохранять и приумножать их, обеспечивая стабильность, мобильность и гибкость финансового состояния.

На данный момент времени, проблема повышения конкурентоспособности предприятия становится все более значимой. В условиях свободного рынка нельзя достигнуть постоянного успеха в деятельности, если не планировать ее развитие. Улучшение конкурентоспособности относится ко всему к: продукции, предприятию, отрасли, региону и стране, при этом значительную роль получает конкурентоспособность предприятия как особенного звена экономической системы. Разнообразные факторы влияют на конкурентоспособность предприятий, но все же важнейшими являются его способность производить конкурентоспособную продукцию и создавать условия для её сбыта на рынке.

Первым из способов повышения конкурентоспособности предприятий, выступают инновации. Для того что бы обеспечить устойчивую конкурентную позицию необходимо постоянно улучшать конкурентные преимущества своих товаров. Становится очень эффективным инвестировать средства в идеи, которые принесут производителю больше преимуществ.

Вторым из способов повышения конкурентоспособности предприятия является оптимальный механизм определения цены и факторов, влияющих на цену продукции. Ведь уровень цен реализации описывает способность к конкурентной борьбе продукции на рынке.

Анализ финансового состояния предприятия представляет собой оценку прошлых и текущих финансовых положений, и результатов деятельности предприятий [3]. Для этого в настоящее время используются следующие перечисленные модели:

- дескриптивные модели считаются главными при оценке финансового состояния компании, они основаны на данных бухгалтерской отчетности [4];
- предикативные – модели мониторинга отчета, модели динамического разбора (детерминированные факторные модели и регрессионные модели). Употребляются для моделирования заработка компании и его грядущего состояния;
- нормативные модели – модели, позволяющие сопоставлять практические итоги деловой активности с законодательно установленными (при признании компании банкротом), используются при проведении внутреннего финансового разбора [5].

В современных условиях развития рыночных отношений возникает необходимость в достоверной, качественной и полной информации о финансовом состоянии организации, необходимой для принятия аргументированных управленческих решений. Не менее актуальна эта проблема и для бюджетных организаций. Для решения этих вопросов необходимо проведение финансового анализа деятельности организации. Вместе с тем, в интенсивно изменяющейся обстановке современной экономики меняются и подходы и взгляды на понятие и суть финансового анализа.

Для повышения качества принимаемых решений в современной рыночной экономике финансовый анализ является надежным инструментом. Так как в процессе функционирования любое предприятие реализует несколько определенных видов деятельности, планируя своими силами свою деятельность, устанавливая варианты (стратегию) развития, основываясь на спросе на производимую продукцию (работы, услуги) и необходимости устойчивого роста собственной прибыли, а также занимается материально-техническим обеспечением производства [1].

Финансово-хозяйственная деятельность является целенаправленно реализуемым процессом осуществления функций предприятия, увязанных с формированием, развитием и использованием его ресурсов для обеспечения экономического и социального развития. Она ведется на всех этапах жизненного цикла организации: с момента ее создания и до времени ликвидации как самостоятельного субъекта хозяйствования. Для процесса реализации финансово-хозяйственной деятельности органи-

зации характерен обширный спектр его финансовых взаимоотношений с разнообразными субъектами финансово-кредитной системы страны.

В последние годы, когда в мире четко просматривается направление к глобализации производства, более остро встала такая проблема, как проблема конкурентоспособности российских предприятий на мировом рынке. Для России первостепенной становится задача повышения конкурентоспособности страны с опорой на рост эффективности деятельности отечественных производителей и усиление государственного регулирования.

Конкурентоспособность предприятия нужно исследовать с учётом разнообразия конкурентных отношений, возникающих в различных условиях, а также от внешних и внутренних факторов конкурентных преимуществ. Которые имеют огромное влияние на структуру конкурентных отношений.

На основе изученных факторов можно обозначить требуемые меры, которые должны проводиться государством в нашей стране для повышения конкурентоспособности национальных предприятий на мировой арене. Что является особенно важным для обеспечения экономической безопасности страны, а также улучшению её экономического климата. Что должно повлечь за собой улучшение социально-экономической обстановки внутри России [1].

В заключение следует отметить, что построение системы эффективного управления финансовой устойчивостью предприятия на сегодняшний день относится к числу наиболее важных экономических задач, стоящих перед руководством предприятий и организаций, а в условиях развития конкурентоспособности приобретает первостепенное значение. Так же следует понимать, что не только государство, но и сами предприятия должны улучшать свою конкурентоспособность на рынке, так как в условиях рыночной экономики предприятия, которые не смогут выпускать конкурентоспособную продукцию будут вынуждены свернуть свою деятельность. Что может повлечь не благоприятные последствия для экономики страны, в частности повышение безработицы, уменьшения ВВП, снижение стабильности внутри страны увеличению социальной напряжённости. Так что решение проблем конкурентоспособности является безусловно очень важным.

#### Литература

1. Батьковский М.А. Методологические основы анализа финансовой устойчивости предприятий // Финансы и учет: современная теория, методология и практика: сб. науч. трудов по материалам I международной науч.-практ. конференции (30.06.16 г.). – Москва: НОО «Профессиональная наука», 2016. – С. 68–78.
2. Бородулина К.Б. Анализ методов оценки финансовой устойчивости и платежеспособности предприятия // Вестник МорГУ. – 2016. – № 1. – С. 15–19.
3. Грачев А.В. Финансовая устойчивость предприятия: критерии и методы оценки в рыночной экономике: учебн. пособие. – Изд. 2-е. – М.: Изд-во «Дело и Сервис», 2013. – С. 116.
4. Ефимова О.В. Финансовый анализ – современный инструмент обоснования экономических решений / О.В. Ефимова. – М.: Омега-Л, 2014. – С. 18.
5. Смирнова А.А. Методологические основы анализа финансовой устойчивости организации // Молодой ученый. – 2016. – № 16. – С. 201–205.

УДК 368.811

**Д.П. Голота, магистрант**

*Научный руководитель: О.С. Зиниша, канд. экон. наук, доцент*

*г. Краснодар, Кубанский государственный аграрный университет им. И.Т. Трубилкина*

## ОСОБЕННОСТИ СТРАХОВАНИЯ БАНКОВСКИХ РИСКОВ И КРЕДИТОВ В ПРАКТИКЕ ОТЕЧЕСТВЕННЫХ КРЕДИТНО-ФИНАНСОВЫХ ИНСТИТУТОВ

Бизнес в современном мире неразрывно связан с понятием риска. Риск – это противоположная сторона свободы деятельности предпринимателей. С развитием рыночных отношений в России усиливается конкуренция, и расширяются возможности для осуществления деятельности. Чтобы быть успешным в своем деле, необходимо принимать оригинальные решения и действия. Требуется осуществлять постоянный творческий поиск, быть мобильным и готовым к внедрению различных новшеств, как технологических, так и технических, а все новое, естественно связано с риском. Следовательно, необходимо раскрыть понятие банковского риска и рассмотреть основные направления страхования банковских кредитов в практике отечественных кредитно-финансовых институтов.



Банковский риск, как понятие появилось в российской экономической литературе относительно недавно. Произошло это в последние годы, в связи с ориентацией на развитие рыночных отношений в России.

Проблема управления банковским риском становится сегодня актуальной для всех субъектов. Банковские риски имеют отличия, так как возникают в разное время и в различных местах. Также банковские риски отличает друг от друга совокупность внутренних и внешних факторов. Данные факторы влияют на уровень риска, и, как следствие, меняется способ их анализа и методики измерения для дальнейшего снижения риска.

Термин «риск» в толковых словарях русского языка определяется как «возможная опасность, действие наудачу в надежде на счастливый исход», а также «рисковать – принимать на себя всю ответственность, все последствия чего-либо», т.е. в основе риска лежит неуверенность в будущем [7, с. 433]. Принято выделять два определения риска.

Во-первых, риск базируется на неопределенности причин возникновения. Во-вторых, риск основывается на самом воздействии на риск. Отсюда следует, что риск – это негативное отклонение от цели, поставленной кредитно-финансовым институтом. В экономическом смысле риск требует определенной компенсации, поэтому в научной литературе термин «риск» трактуется в соотношении риск – прибыль или риск – доход [6]. Соответственно, определение банковского риска является дискуссионным вопросом.

По мнению отечественного автора Батраковой Л.Г., риск – это стоимостное выражение вероятностного события, ведущего к потерям или недополучению доходов по сравнению с планом, проектом, прогнозом. Это вероятность потери банком части ресурсов, недополучения доходов или произведения дополнительных затрат при осуществлении каких-либо финансовых операций [1, с. 301].

Дж.Ф. Синки считает, что риск есть результат неопределенности будущего [5, с. 457]. Поскольку решения современных менеджеров учитывают предсказуемые изменения, источником риска оказываются именно непредсказуемые изменения. Следовательно, принято выделять две группы убытков, которые сопровождают рискованные операции, а именно ожидаемые и неожиданные или случайные.

В современной литературе есть авторы с противоположной точкой зрения. Данные авторы не соглашались с определением банковского риска как возможных убытков для банка. Они определяют риск как ситуацию для принятия решения, которая характеризуется неопределенностью имеющейся информации. Следовательно, банковский риск, по мнению одного из таких авторов, а именно Коробовой Г.Г. – это ситуация, порожденная неопределенностью информации, используемой банком для управления и принятия решений [3, с. 412].

Наиболее доходной статьей в сфере банковского бизнеса являются кредитные операции. При помощи приведенного источника формируется основная часть чистой прибыли, которая отчисляется в резервные фонды и идет на выплаты акционерам банка в виде дивидендов.

Без кредитных ресурсов не представляется возможным обеспечить целенаправленное и быстрое становление кредитно-финансовых институтов. Также невозможно осуществлять внедрение новых видов предпринимательской деятельности на внутригосударственном и внешнем уровнях экономики.

С другой стороны, при всей многогранности открывающихся возможностей при использовании кредитов, данные операции связаны с кредитными рисками, которым подвергаются банки. Следовательно, высокого внимания требует процесс управления кредитным риском, а именно страхование банковских продуктов. Так как именно от эффективного управления кредитными рисками и их страхования, в конечном счете, зависит успех работы банка.

Кредитный риск характеризуется непогашением заемщиком основного долга и процентов по кредиту. Чтобы избежать отрицательного момента банку необходимо предпринимать ряд мер, позволяющих снизить кредитные риски. Во-первых, необходимо осуществлять более качественный и тщательный отбор заемщиков. Во-вторых, осуществлять анализ условий выдачи кредита. В-третьих, регулярно проводить контроль за финансовым состоянием заемщика и осуществлять мониторинг изменений в его финансовом благополучии, а именно в его способности погасить кредит в оговоренные кредитным договором сроки. В-четвертых, банку необходимо осуществлять страхование возможных рисков. Если банк при осуществлении своей коммерческой деятельности будет выполнять представленные условия, то это гарантирует успешное проведение важнейшей банковской операции и, в конечном счете – предоставление кредита без значительных потерь.

В России страхование выступает как стабилизатор социальной и экономической ситуации в стране и одновременно с этим страхование является одной из сфер бизнеса и экономики. Соответст-

венно, страхование принято считать основным методом управления риском. Особенность страховой защиты состоит в компенсации ущерба при возникновении страхового случая. Страхование банковских рисков и кредитов на протяжении многих лет широко и достаточно успешно применяется во многих экономически развитых странах.

Банковский страховой полис был впервые оформлен в США в 1911 году [6]. Данный страховой полис являлся защитой капитала банка от крупных потерь. В современном мире ежегодно продается более 2 000 полисов банковского страхования и это только в США. В России банки также стали более активно продавать страховые продукты. В 2016 году на продаже страховых полисов банки заработали более 60 млрд руб. [2, с. 2].

При условии спада в экономике все коммерческие банки работают в области повышенного риска. О данном факте свидетельствуют такие более распространенные причины банкротства банков как:

- 1) неуспешные поиски участников нового капитала;
- 2) неуспешная торговля залоговыми ценными бумагами;
- 3) превышение возможностей над спросом;
- 4) некачественный анализ информации о ситуации на финансовом рынке и банковских клиентах.

Очевидно, что особенность банковского страхового бизнеса, безусловно, непрерывно связана с высоким риском. Но важно отметить, что коммерческие банки работают в сфере риска, которым можно и нужно управлять. Следовательно, необходимо вести эффективную работу по управлению рисками. Во-первых, необходимо уметь прогнозировать страхование банковских рисков. Во-вторых, следует своевременно оценивать риски на финансовом рынке.

В деятельности кредитно-финансовых институтов из года в год возрастает актуальность в реализации совместных банковско-страховых проектов.

Успешная деятельность каждого банка во многом зависит от его репутации. Соответственно, надежным способом для минимизации убытков банка является заключение договоров страхования. Данный способ помогает банку избежать нежелательной огласки и сохранить хорошую репутацию при дальнейшей работе.

Наиболее сложным видом страхования в современном мире принято считать именно банковское страхование. Кредитно-финансовому институту приходится достаточно трудно при выборе страховой компании, а в редких случаях даже невозможно. Соответственно, в таких ситуациях банку необходимо прибегать к помощи высококвалифицированного страхового брокера. Ведь для того чтобы надежно разместить риск и на выгодных условиях для клиента необходимо обладать глубокими знаниями, обширной базой данных и опытом, что под силу только опытному брокеру. Следовательно, обратившись к страховому брокеру, он поможет подобрать российского страховщика, который более полно будет отвечать всем требованиям клиента. Также он сможет обеспечить перестрахование риска на международном страховом рынке.

Неотъемлемыми составными частями современной концепции безопасности и стабильности бизнеса принято считать: управление рисками и страхование.

В настоящее время российский страховой рынок поднялся на несколько ступеней. Но в то же время он уступает другим странам, так как на данный момент еще не стал мощной финансовой силой, которая была бы способна предложить полноценную страховую защиту населению и предпринимателям. Следовательно, по большей мере именно это останавливает продуктивное развитие сотрудничества между российскими и крупными западными банками. Так, значительный вклад в процессы интеграции российской банковской системы в международную внесет обширное внедрение в банках России такого страхового покрытия. Но также следует продолжать работу по повышению надежности и стабильности деятельности сектора страхования в кредитно-финансовой сфере.

Что касается проблем, которые связаны с процессом управления банковскими рисками, то они захватывают следующие моменты: во-первых, необходимо определить наиболее предпочтительные приемы минимизации рисков в конкретных ситуациях, во-вторых, проводить на регулярной основе прогнозирование неопределенных и рискованных ситуаций, в-третьих, осуществлять формирование правовой инфраструктуры банковского регулирования.

В процессе осуществления банковской деятельности в России была разработана система нормативов деятельности финансово-кредитных институтов. Следовательно, был установлен порядок надзора за соблюдением этих нормативов и введены санкции к финансовым посредникам, которые нарушают установленные показатели.

Разработанная система нормативов отражена в Инструкции ЦБ РФ от 16.01.2004 года 110-И (в редакции от 08.11.2010 года) [4]. Данную инструкцию принято считать главным инструментом в ру-

ках Банка России для поддержания устойчивого развития, надежности и ликвидности российских коммерческих банков. В свою очередь она ориентирована только на ограничение кредитного риска, риска ликвидности и использования заемного капитала, и игнорирует другие виды риска.

Подчеркнем, что кредитно-финансовым институтам, а именно банкам нельзя в своей практической деятельности руководствоваться только лишь исполнением обязательных экономических нормативов в целях минимизации банковских рисков. Банкам также необходимо расширять области исследования, вводить новейшие показатели для оценки риска. Следовательно, в основе процесса управления неопределенностью в банковской сфере должна быть разработана индивидуальная для каждого банка своя собственная система оценки различных видов рисков. Необходимо, чтобы данная система была основана на зарубежных методиках, но и также учитывала особенности макроэкономической среды, в которой осуществляется деятельность банка.

Таким образом, подведем итог о том, что необходимо учитывать сегмент рынка банковских услуг, который занимает конкретный банк, так как существуют некоторые различия. Во-первых, клиентская база выполняемых операций, во-вторых, различные размеры собственного капитала и активов банка. Следовательно, для успешного функционирования банка, необходимо осуществлять эффективную работу по управлению рисками, а для этого, как правило, необходимо создание комитета по контролю рисков.

#### **Литература**

1. Батракова, Л.Г. Экономический анализ деятельности коммерческого банка: учебник / Л.Г. Батракова. – М.: Логос, 2015. – 365 с.
2. Вебер, Е. Страховая коробка в банке / Е. Вебер // Тематическое приложение к ежедневной деловой газете РБК. – 2016. – № 235. – С. 2–3.
3. Коробова, Г.Г. Банковские операции: учебное пособие / Г.Г. Коробова, Е.А. Нестеренко, Р.А. Карпова, Ю.И. Коробов. – М.: Магистр, НИЦ ИНФРА-М, 2015. – 448 с.
4. Об обязательных нормативах банков: Инструкция Центрального банка Российской Федерации (Банка России) от 16.01.2004 г. № 110-И / в ред. от 08.11.2010 г. // Консультант Плюс. Версия проф. – Справ.-прав. система.
5. Синки Дж.Ф. Управление финансами в коммерческих банках: учебник / Дж.Ф. Синки. – М.: Catallaxy, 2016. – 937 с.
6. Страхование банковских рисков [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://prostrahovanie24.ru> (дата обращения: 11.03.2017).
7. Тарханова, Е.А. Страхование банковских рисков в России: тенденции и перспективы / Е.А. Тарханова, А.В. Пастухова // Молодой ученый. – 2014. – № 21. – С. 433-435.

**УДК 336.77**

***Е.С. Гончарова, студент***

***К.В. Павленко, магистрант***

*Научный руководитель: А.Ю. Аджиева, канд. экон. наук, доцент  
г. Краснодар, Кубанский государственный аграрный университет им. И.Т. Трубилина*

## **МЕТОДЫ ОЦЕНКИ КРЕДИТОСПОСОБНОСТИ ЮРИДИЧЕСКИХ ЛИЦ**

Одним из основных направлений деятельности коммерческих банков является кредитование своих клиентов. Для выдачи кредита, банк, прежде всего, должен определить кредитоспособность заемщика.

Чтобы оценить кредитоспособность своих клиентов, банку, в первую очередь, необходимо знать, будет ли заемщик способен выполнить свои денежные обязательства к наступлению срока погашения кредита, а также, как оценить степень готовности потенциального клиента выполнить данные обязательства. Дать адекватную оценку кредитоспособности заемщику означает обоснованно и аргументированно ответить на вышеуказанные вопросы. Верное решение в отношении кредитования возможно только в том случае, если сотрудники банка имеют возможность получить необходимую для анализа информацию и способны грамотно обрабатывать и интерпретировать ее.

В современном мире кредитные операции банка являются главными среди других, как по прибыльности, так и по размерам размещения средств. Начальным моментом в оценке возможностей потенциального клиента, который желает получить кредит, является определение банком возможности заемщика вернуть основную часть кредита в установленное время и выплатить проценты за его использование [1, с. 53].

Детальный и высококвалифицированный отбор потенциальных заемщиков является одним из основных способов предотвращения невозврата ссуды. Основным методом такого отбора является экономический анализ деятельности клиента с точки зрения его кредитоспособности. Оценка кредитоспособности осуществляется для качественной оценки заемщика до решения вопроса о выдаче кредита и его условиях, определение способности и готовности клиента ответить по обязательствам в соответствии с кредитным договором.

Оценка кредитоспособности заемщиков входит в банковскую практику за счет перехода к кредитованию полной потребности заемщика в дополнительных денежных средствах, необходимости экономического обоснования условий кредитования, которые отражены в кредитном договоре, развития и расширения кредитования. Каждый из этих пунктов требует комплексного подхода к каждому отдельно взятому субъекту кредитования.

Перед кредитными учреждениями постоянно стоит задача выбора показателей для определения способности заемщика ответить по своим обязательствам в указанное время и в установленном размере кредита [3, с. 242].

На сегодняшний день данный вопрос приобрел особую значимость, так как экономическое положение страны особым образом отразилось на деятельности коммерческих банков. Кредитная деятельность банков также осложнилась отсутствием у многих из них проработанной методики оценки кредитоспособности, нехваткой информационной базы для полноценного анализа финансового состояния клиентов. В настоящее время существуют большое количество средних и мелких банков, которые вообще не имеют должного аналитического аппарата.

От финансового состояния клиентов во многом зависит уровень прибыльности и ликвидности банка. Уменьшение риска при осуществлении кредитных операций возможно достичь при комплексном изучении кредитоспособности заемщиков. Это одновременно позволит осуществить кредитование, с учетом границ использования кредита. Отсюда следует, что интерес к данному вопросу не будет снижаться, а методики будут стремиться к расширению и многообразию. Как вопрос установления кредитоспособности, так и проблема выбора показателей для оценки способности заемщика, довольно актуальна на протяжении всех периодов становления банковского дела. Успешное решение данного вопроса возрастает согласно тому, что существуют определенные лимиты в желании каждого современного банка к увеличению клиентской базы как предпосылки увеличения кредитных вложений и роста прибыли банка. Именно это направляет банки к оптимизации состава своих клиентов, а для этого требуется наличие четких критериев и исследованной методики для осведомленности о финансовом состоянии и кредитоспособности заемщика.

Перед тем, как начать анализ отчетности необходимо рассмотреть ряд стоп-факторов, к которым принято относить:

- срок деятельности клиента менее 6 месяцев;
- возбуждение дела о несостоятельности (банкротстве);
- наличие просроченной задолженности по кредитам более 1 года и другие.

Если при анализе клиента обнаруживается наличие приведенных выше стоп-факторов, то дальнейший анализ проводить уже нет необходимости. Каждый банк по-своему выбирает методику оценки кредитоспособности клиента. Данная ситуация является положительной, так как банк самостоятельно осуществляет свою кредитную политику, но также частные методики часто не совсем объективны, а это в результате уменьшает величину кредитного портфеля банков за счет снижения реально кредитоспособных клиентов.

При оценке кредитоспособности клиента–юридического лица возможно применение различных методов. Наиболее известными из них являются оценки на основе:

1. Системы финансовых коэффициентов;
2. Анализа денежных потоков;
3. Анализа делового риска [5, с. 197].

Каждый из указанных способов имеет как особенности и достоинства, так и недостатки.

В ходе оценки кредитоспособности на согласно системе финансовых коэффициентов в настоящее время используются пять групп коэффициентов, к которым относятся следующие показатели:

1. Коэффициент ликвидности;
2. Коэффициент эффективности (оборачиваемости);
3. Коэффициент финансового левериджа;
4. Коэффициент прибыльности;
5. Коэффициент обслуживания долга.

Рассмотренная методика оценки кредитоспособности используется как при анализе кредитного риска, так и банковских структур.

Расчет представленных финансовых коэффициентов может производиться согласно фактическим отчетным данным или прогнозным величинам на плановый период. В иностранных государствах фактические показатели берутся за три года минимально. В данном случае фундаментом расчета коэффициентов кредитоспособности являются средние за год (квартал, полугодие, месяц) остатки запасов, дебиторской и кредиторской задолженности, средств в кассе и на счетах в банке, величина уставного фонда, собственного капитала и другие.

Коэффициент текущей ликвидности (Ктл) отражает, способен ли клиент в принципе оплатить своим долговые обязательства. Рассчитывается по следующей формуле:

$$К_{тл} = \frac{\text{Текущие активы}}{\text{Текущие пассивы}}$$

Данный коэффициент заключен в сопоставлении текущих активов, иными словами средств, которые имеются у клиента в различной форме с текущими пассивами, т.е. обязательствами ближайших сроков погашения. В случае если долговые обязательства превосходят средства клиента, заемщик является некредитоспособным. Как правило, значение коэффициента не может превышать 1, но существуют исключительные случаи только для клиентов банка с очень быстрой оборачиваемостью капитала.

Коэффициент быстрой ликвидности (Кбл) – наиболее жесткая оценка предприятия. Он рассчитывается следующим образом:

$$К_{бл} = \frac{\text{Ликвидные активы}}{\text{Текущие пассивы}}$$

Ликвидные активы включают в себя ту часть текущих пассивов, которая достаточно быстро преобразуется в наличность, которая готова для погашения долга. К ликвидным активам в мировой банковской практике относятся денежные средства и дебиторская задолженность, в российской практике – также часть быстро реализуемых запасов.

Коэффициент быстрой ликвидности помогает прогнозировать возможность заемщика быстро высвободить из оборота средства в денежной форме для погашения обязательств банка в срок.

Коэффициенты эффективности (оборачиваемости) служат дополнением первой группы коэффициентов – показателей ликвидности и дают возможность сделать более обоснованное заключение. Примером может послужить следующая ситуация: если показатели ликвидности увеличиваются за счет роста дебиторской задолженности и стоимости запасов при одновременном замедлении их оборачиваемости, нельзя повышать класс кредитоспособности заемщика.

В условиях неустойчивой экономики, высоких темпов инфляции фактические показатели за предыдущие годы не могут являться единственной базой оценки способности клиента выплатить свои обязательства, к которым также относятся ссуды банка, в будущем. Данные коэффициенты характеризуют состояние дел в прошлом, и лишь в отношении деятельности сторон – в основном в части движения оборотных средств. Также, они не предусматривают множество факторов, а которым относятся репутация заемщика, перспективы и особенности экономической конъюнктуры, в том числе выпускаемой продукции и иных факторов. В данном случае необходимо использовать либо прогнозные данные для расчета коэффициентов, либо дополнять рассматриваемый способ оценки кредитоспособности предприятия другими [2, с. 75].

В группу коэффициентов эффективности входят следующие показатели.

- оборачиваемость запасов;
- оборачиваемость дебиторской задолженности в днях;
- оборачиваемость основного капитала (фиксированных активов);
- оборачиваемость активов;

Коэффициенты эффективности, как правило, анализируются в динамике, а также сравниваются с коэффициентами конкурирующих предприятий и со среднеотраслевыми показателями.

Коэффициент финансового левериджа характеризует степень обеспеченности заемщика собственным капиталом. И определяется как отношение заемного капитала к собственному.

Коэффициенты прибыльности отражают эффективность использования всего капитала, в том числе его привлеченную часть. Разновидностями этих коэффициентов являются:

1. Коэффициенты нормы прибыли;

2. Коэффициенты рентабельности;
3. Коэффициенты нормы прибыли на акцию;

Коэффициенты обслуживания долга (рыночные коэффициенты) характеризуют, какая величина прибыли поглощается процентными и фиксированными платежами. Общая их сумма рассчитывается следующим образом:

$$DSCR = \frac{\text{Чистый операционный доход}}{\text{Суммарные выплаты по ссудам}}$$

Показатели обслуживания долга характеризуют, какая величина прибыли применяется для возмещения процентных или всех фиксированных платежей. Одно из важных значений данные коэффициенты получают при высоких темпах инфляции, когда величина возмещенных процентов может приближаться к главному долгу клиента, а в некоторых случаях и совсем превышать его. Степень кредитоспособности находится в зависимости от величины прибыли, которая направлена на погашение процентов. Таким образом, чем больше величина прибыли, которая направлена на погашение процентов оплаченных и иных фиксированных платежей, тем меньше остаток для возврата долговых обязательств и погашения рисков, иными словами, тем хуже кредитоспособность заемщика.

Метода анализа денежных потоков клиента помогает покрыть недостатки данного метода можно, с помощью расчета чистого сальдо различных его поступлений и расходов (притока и оттока средств) за анализируемый период, который равен минимум трем годам. Так, устойчивое преобладание притока над оттоком средств клиента принимается как свидетельство его финансовой стабильности, а следовательно, и кредитоспособности.

Анализ денежного потока – это методика оценки кредитоспособности заемщика коммерческого банка, фундаментом которого является применение фактических показателей, которые описывают оборот средств клиента в отчетном году. Это является базисным отличием от метода оценки кредитоспособности клиента на основе системы финансовых коэффициентов [6, с. 55].

Элементы притока и оттока средств за период являются показатели, представленные в таблице 1.

Таблица 1

**Элементы притока и оттока средств за период**

<b>Элементы оттока средств</b>	<b>Элементы притока средств</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- прибыль, которая получена в данном периоде</li> <li>- амортизация, которая начислена за период</li> <li>- высвобождение средств задолженности;</li> <li>- рост прочих пассивов;</li> <li>- увеличение акционерного капитала;</li> <li>- выдача новых ссуд.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- уплату налогов, процентов, дивидендов, штрафов и пеней;</li> <li>- дополнительные вложения средств в запасы, дебиторскую задолженность, прочие активы, основные фонды;</li> <li>- уменьшение кредиторской задолженности;</li> <li>- снижение прочих пассивов;</li> <li>- отток акционерного капитала;</li> <li>- погашение ссуд.</li> </ul>

Отличие притока от оттока средств определяет величину общего денежного потока. Варьирование величины запасов, дебиторской и кредиторской задолженности, прочих активов и пассивов, основных фондов в различной степени влияет на совокупный денежный поток. Для вычисления этого влияния анализируют остатки по статьям запасов, дебиторов, кредиторов и т.д. на начало и конец периода. Рост количества остатка запасов, дебиторов и прочих активов в течение периода свидетельствует об оттоке средств и выявляется при расчете с отрицательным знаком, а снижение – приток средств и записывается с положительным знаком. Увеличение кредиторов и прочих пассивов характеризуется как приток средств (+), уменьшение – как отток (-).

В расчете притока и оттока средств, следуя изменениям основных фондов, во внимание принимаются повышение или понижение величины стоимости их остатка за период, а также результаты реализации части основных фондов в течение 1 года. Преобладание цены реализации над балансовой оценкой называют притоком средств, в свою очередь отток – это обратная ситуация. Вычисляется по следующей формуле:

$$\begin{aligned} & \text{Приток (отток) средств в связи с изменением стоимости основных фондов} = \\ & = \text{Стоимость основных фондов на конец периода} - \text{Стоимость основных фондов на начало периода} + \\ & + \text{Результаты реализации основных фондов в течение периода.} \end{aligned}$$

Анализируя денежный поток, также берут данные как минимум за три прошедших года. О кредитоспособности клиента свидетельствует устойчивое преобладание притока над оттоком средств. Динамика величины общего денежного потока, а также кратковременное превышение оттока над

притоком средств свидетельствует о значительно низком уровне кредитоспособности клиента. Регулярное превышение оттока над притоком средств характеризует клиента как некредитоспособного. Средняя положительная величина общего денежного потока (превышение притока над оттоком средств) используется как лимит выдачи новых ссуд. Данное превышение указывает на то, в каком размере клиент может выплачивать долговые обязательства за период.

На основании отношения размера общего денежного потока и величины долговых обязательств клиента (коэффициент денежного потока) характеризуют его класс кредитоспособности:

- 1) Класс I – 0,75;
- 2) Класс II – 0,30;
- 3) Класс III – 0,25;
- 4) Класс IV – 0,2;
- 5) Класс V – 0,2;
- 6) Класс VI – 0,15.

При методе анализа делового риска, риск связан с прекращением процесса кругооборота оборотных средств, а также с вероятностью не закончить этот кругооборот эффективно. Отсюда следует, что он учитывает следующие основные факторы делового риска:

1. Надежность поставщиков;
2. Диверсифицированность поставщиков;
3. Сезонность поставок;
4. Длительность периода хранения сырья и материалов (являются ли они скоропортящимися);
5. Наличие складских помещений и необходимость в них;
6. Порядок приобретения сырья и материалов;
7. Экологические факторы;
8. Мода на сырье и материалы;
9. Уровень цен (доступны ли они для заемщика, присутствует ли опасность повышения) на приобретаемые ценности и их транспортировку;
10. Соответствие транспортировки характеру груза;
11. Ввод лимитов на вывоз и ввоз импортного сырья и материалов.

Оценка делового риска коммерческим банком может стать формальным и осуществляться по системе скоринга (статистического метода оценки банками клиентов, обратившихся за кредитом), когда каждый фактор делового риска оценивается в баллах.

Многие банки делят всех заемщиков на следующие категории:

- Первокласные, т.е. кредитоспособность заемщиков не вызывает сомнений.
- Второкласные, т.е. кредитование таких заемщиков связано с определенным уровнем риска.
- Третьекласные, т.е. заемщики с повышенным риском кредитоспособности [1, с. 54].

Одним из главных источников информирования о состоянии дел заемщика выступает его финансовая отчетность. Банки пользуются этими материалами не только для установления обоснованности заявки на кредит с согласно потребностям фирмы в заемных денежных ресурсах, но и с учетом перспектив развития фирмы в будущих периодах, получения ею прибыли и степени вероятности невозврата кредита. Поэтому, для современного мира, характерна проблема подлинности подаваемой отчетности. Вероятно, банкам необходимо запрашивать аудиторские заключения, подтверждающие факт достоверности финансовой отчетности.

При экономической неустойчивости анализ делового риска в период выдачи ссуды значительно дополняет оценку кредитоспособности клиента согласно финансовым коэффициентам, рассчитываемым на основе средних фактических данных предшествующих отчетных периодов.

В западных банках за прошедшие десятилетия наблюдается разработка методов оценки качества потенциальных заемщиков с помощью различного рода статистических моделей. Главная их цель заключается в том, чтобы сформировать стандартные подходы объективного описания заемщика, а также вычислить числовые критерии для группировки будущих клиентов на надежных и ненадежных, а также склонных к риску банкротства [4, с. 61].

Примером такой модели может служить «Модель Зета», которая разработана группой американских экономистов в конце 70-х гг. и применяется банками в кредитном анализе. Данная модель используется для оценки возможности банкротства фирмы. Величина искомого параметра «Z» вычисляется при помощи уравнения, переменные которого описывают некоторые характеристики компании, анализ которой проводит банк: скорость оборота капитала, ее ликвидность, ит.д. В том случае, если величина коэффициента превышает установленную пороговую величину, то фирму относят к

разряду надежных, если же она ниже критической величины, это означает, что финансовое положение такого предприятия не внушает доверия, и осуществлять выдачу кредита ей не рекомендовано.

Все перечисленные методики оценки кредитоспособности в Российской Федерации и в мире для расчетов используют похожие показатели, но они имеют разные веса.

России не присуща отлаженная система получения сведений о кредитоспособности клиентов и информации о полученных и невыплаченных ими ссуд. Требуется систематический подход к решению этого вопроса с вовлечением законодательных органов для формирования систематизированной системы специальных бюро по оценке кредитоспособности организаций. При помощи кредитных бюро сведения о заемщике станут доступными, качественными и удобными.

На данный момент коммерческие банки сталкиваются с проблемой объективной оценки кредитоспособности заемщика. Возможно, для решения данной проблемы необходимо создать единую национальную методику анализа кредитоспособности, которая бы учитывала ошибки и недостатки существующих частных методик.

#### **Литература**

1. Абрамян Г.А. Методология оценки кредитоспособности хозяйствующих субъектов, относимых к малому и среднему предпринимательству [Текст] / Г. Абрамян // Вопросы экономики и управления. – 2015. – № 2. – С. 50–56.
2. Аджиева А.Ю., Мисаков А.В., Дикарева И.А. Аудиторский риск при планировании аудита финансовых результатов // Современная экономика: актуальные вопросы, достижения и инновации: сборник статей победителей III Международной научно-практической конференции. 2016. С. 74–77.
3. Аджиева А.Ю., Дикарева И.А. Некоторые подходы к аудиту финансовых результатов // Новая наука: Теоретический и практический взгляд. 2016. № 8 (88). С. 241–245.
4. Буйлов, М. О кредитах без истерики [Текст] / М. Буйлов // Коммерсантъ ДЕНЬГИ. – 2013. – № 37. – С. 65–77.
5. Вишняков И. В. Методы и модели оценки кредитоспособности заемщиков: учеб. пособие / И.В. Вишняков. – Санкт-Петербург: СПбГИЭА, 2012. – С. 197.
6. Мисаков А.В., Аджиева А.Ю., Дикарева И.А. Задачи аудита финансовых результатов // International Scientific Review. 2016. № 11 (21). С. 54–56.

**УДК 336.7**

***Д.И. Горелкина, студент***

*Научный руководитель: Д.Р. Баетова, канд. пед. наук, доцент  
г. Омск, Омский государственный аграрный университет им. П.А. Столыпина*

## **ФОРМИРОВАНИЕ ФИНАНСОВЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ КОММЕРЧЕСКОГО БАНКА**

На сегодняшний день главной задачей для коммерческого банка становится поиск возможности получения дополнительного дохода при наименьших затратах, в связи с тем, что вся деятельность банка нацелена на получение прибыли.

Банковская прибыль состоит из доходов и расходов коммерческого банка.

Доходы кредитной организации служат главным фактором формирования банковской прибыли и показывают сумму денежных поступлений от банковской и небанковской деятельности [2, с. 66].

Согласно положению № 446–П доходами кредитной организации признается положительный результат, который приводит к увеличению собственных средств (капитала) банка, за вычетом некоторых видов доходов [4].

Экономические выгоды могут проявляться в форме:

- притока активов;
- повышения стоимости активов в итоге переоценки;
- уменьшения резервов на возможные потери или сокращения резервов – оценочных обязательств некредитного характера;
- увеличения активов в результате операций по поставке активов, выполнению работ, оказанию услуг;
- сокращению стоимости обязательств, не связанного с уменьшением или выбытием соответствующих активов.



Увеличение доходности активов имеет для кредитной организации серьезное значение, поскольку их повышение означает рост прибыли банка. В связи с чем между показателями риска и доходности присутствует прямая связь – чем выше доходность, тем выше риск [3, с. 377].

Источником доходов кредитной организации являются все виды деятельности, которые могут быть как основными, так и побочными, а также прочие виды деятельности непредвиденного характера. Источники доходов рассматриваются в соответствии с видами банковского бизнеса, а также группируются по форме получения, степени стабильности и порядку учета доходов.

Классификация доходов банка может быть рассмотрена:

По видам деятельности выделяют операционные и неоперационные доходы. Первые являются основным источником банка, а вторые играют вспомогательную роль.

Операционные доходы могут включать в себя: доходы по кредитным операциям, по депозитам, по открытым счетам, по операциям с ценными бумагами и иностранной валютой, а также прочие банковские операции.

Неоперационные доходы содержат:

- дивиденды, которые были получены от участия в уставном капитале юридических лиц;
- положительная разница от пересмотра стоимости имущества банка;
- доходы от сдачи имущества в аренду, а также от его продажи;
- штрафы, пени, неустойки и другие неоперационные доходы.

По форме выделяют доходы процентные и непроцентные.

К процентным доходам относятся такие виды доходов, как:

- проценты, которые получены по кредиту, который выдан в рублях и иностранной валюте;
- проценты, извлеченные из депозитов и иным размещенным средствам;
- проценты, которые заработаны на операциях с ценными бумагами, а также другие процентные доходы.

Непроцентные доходы выделяют:

- доходы от произведенных операций с иностранной валютой;
- непроцентные доходы от операций с ценными бумагами;
- комиссионные вознаграждения, которые получены за оказанные услуги;
- полученные пени, штрафы и неустойки;
- доходы, которые получены от долевого участия в деятельности юридических лиц, а также другие непроцентные доходы.

Процентные доходы признаются основным источником прибыли кредитной организации. На их долю отводится более 80% общей суммы доходов банка.

Объединение всех доходов коммерческого банка в отчетном периоде составляет валовой доход банка. Он подразумевает разнообразные виды доходов по основным направлениям деятельности банка, такие как:

- проценты, которые получены за предоставленные кредиты;
- доходы, которые заработаны на операциях с ценными бумагами;
- доходы, которые извлечены из операций с иностранной валютой, а также валютными ценностями;
- дивиденды, которые были получены, не учитывая акции;
- доходы по организациям банка;
- штрафы, пени, неустойки, которые были получены по кредитным, расчетным и другим операциям банка;
- другие доходы.

Также можно выделить такие источники дохода как стабильные и нестабильные. К достаточно стабильным источникам доходов относятся процентные и непроцентные доходы от услуг банка. А к нестабильным относятся доходы от операций с ценными бумагами на вторичном рынке, от непредвиденных операций, к которым относятся разовые сделки от реализации имущества.

Расходами коммерческого банка признаются затраты денежных средств банка на выполнение различных операций банка и обеспечение его функционирования.

Расходы банка делятся на составные части в зависимости от того, как связаны эти расходы с банковской деятельностью или с выполнением не банковских операций для проведения качественной оценки.

Основная часть отводится операционным расходам, к которым относятся:

- начисленные и уплаченные проценты в рублях и иностранной валюте;

- расходы по операциям, которые связаны с наличной и безналичной иностранной валютой, и другими валютными ценностями;
- расходы по операциям с ценными бумагами;
- расходы по операциям с драгоценными металлами;
- расходы, которые связаны с перевозкой и хранением денежных средств, ценных бумаг, а также других ценностей;
- расходы по кассовым и расчетным операциям, операциям инкассации, полученным гарантиям, поручительствам, а также другим операциям.

В отечественной практике в операционных расходах банка на основании действующей финансовой отчетности выделяют:

1. Процентные уплаченные и подобные расходы – это все процентные расходы банка за использование привлеченных и заемных средств физических и юридических лиц по выпущенным долговым ценным бумагам с фиксированной процентной ставкой и прочим операциям. Процентные расходы занимают основную долю в операционных расходах банка.

2. Комиссионные расходы – расходы в виде комиссий, которые уплачиваются по операциям с ценными бумагами; по кассовым операциям, по операциям инкассации, по расчетным операциям, по полученным гарантиям, и по различным операциям.

3. Прочие операционные расходы – это все непроцентные расходы, включающие в себя расходы по проведению различных банковских операций.

Операционные расходы кредитной организации лучше, чем другие виды расходов, поддаются контролю и анализу, из-за того, что большая их часть является относительно постоянной и вполне прогнозируемой величиной.

Вторая по величине часть расходов отводится на расходы по обеспечению функциональной деятельности банка, к которым относятся:

- расходы по заработной плате персонала банка;
- расходы по оснащению производственно-хозяйственной деятельности банка;
- прочие расходы по обеспечению деятельности банка

Выделяют также прочие расходы банка, к которым относятся:

- штрафы, пени, неустойки, которые были уплачены;
- расходы прошлых лет, которые были выявлены в отчетном периоде;
- судебные издержки и расходы по арбитражным делам банка;
- расходы, которые связаны с продажей имущества банка;
- списание дебиторской задолженности и др.

Одна из особенностей кредитных организаций заключается в том, что банки в большей степени работают с заемными и привлеченными ресурсами. Их доля в ресурсной базе банка может составлять 80-85%. Наибольший удельный вес в структуре расходов занимают процентные расходы, так как они являются платными ресурсами.

Совокупный расход банка можно также представить в виде двух частей: процентных и непроцентных расходов.

Процентные расходы – начисленные и уплаченные проценты в рублях и иностранной валюте.

Непроцентные расходы включают в себя все остальные расходы банка, к которым относятся: непроцентные операционные расходы, а также расходы по обеспечению функционирования банка и прочие расходы.

Затраты, которые связаны с формированием резервного фонда, предназначенного для покрытия вероятных убытков и потерь по ссудам, а также возможных убытков по другим активным операциям, по дебиторской задолженности, по обеспечению различных видов ценных бумаг составляют специфическую группу расходов.

Группировка статей доходов и расходов банка по активу и пассиву его баланса представлена на рисунке 1.

Путем сравнения доходов и расходов, полученных банком за отчетный период, раскрывается конечный финансовый результат деятельности кредитной организации.

Финансовые результаты деятельности банка можно разделить по различным видам деятельности, опираясь на классификацию доходов и расходов.

Операционной прибылью или убытком называются финансовые результаты, которые получены банком от банковских операций.

Неоперационной прибылью или убытком называются финансовые результаты, которые получены банком от небанковской деятельности. В большинстве случаев неоперационные результаты отрицательны, т.е. убыточны.

Можно выделить такие виды прибыли как операционная, прибыль от побочной деятельности и прочую прибыль.

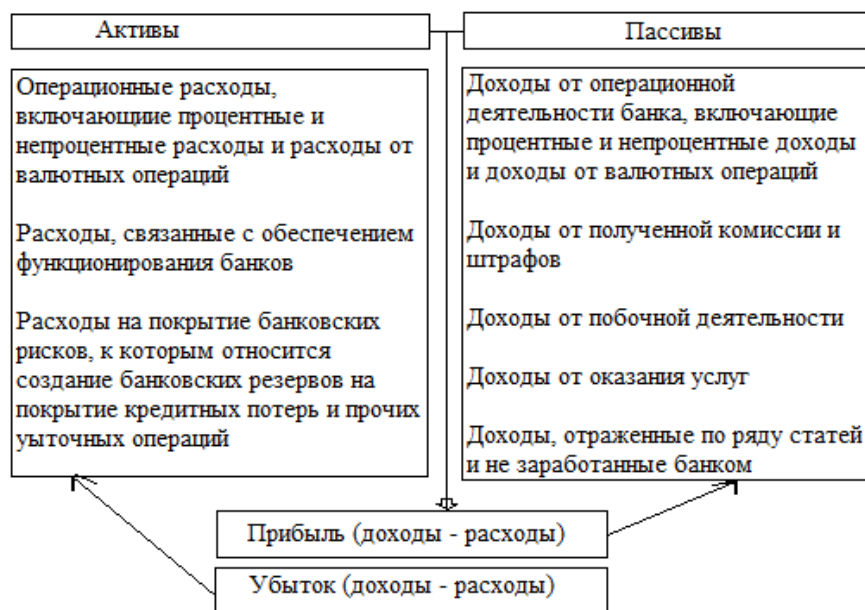


Рис. 1. Финансовые результаты деятельности коммерческого банка

Чистый операционный доход определяется как разница между суммой операционных доходов и расходов. Она может складываться из:

- из прибыли (убытка) по кредитным операциям;
- из прибыли (убытка) по операциям с ценными бумагами;
- из прибыли (убытка) по операциям с иностранной валютой;
- из прибыли (убытка) по другим банковским операциям.

Исходя из этого, основными составляющими операционной прибыли выступают:

- процентная прибыль, которая проявляется в превышение полученных банком процентных доходов над процентными расходами;
- комиссионная прибыль, которая проявляется в положительном эффекте между комиссионными доходами и комиссионными расходами;
- прочая операционная прибыль, которая выражается как разница между прочими операционными доходами и прочими операционными расходами.

Прибыль от побочной деятельности – доходы от побочной деятельности за вычетом затрат на ее осуществление.

Прочая прибыль – разница между прочими доходами и прочими расходами.

Другие составляющие операционной прибыли банка зависят от развитости услуг, предоставляемых банком своим клиентам.

Соотношение доходов и расходов банка определяет процентная маржа. Она представляет собой разницу между процентными доходами и расходами кредитной организации. Важность этого показателя проявляется в том, что маржа характеризует доходность ссудных операций и также показывает вероятность банка покрывать свои издержки за счет маржи.

Непроцентная маржа, определяемая как разница между непроцентным доходом и непроцентным расходом. Она является второстепенным слагаемым прибыли, причем, в основном, отрицательным. Это показывает, что непроцентный расход не покрывается не процентным доходом и этот убыток поглощает часть процентной маржи.

Балансовая прибыль кредитной организации складывается из процентной и непроцентной маржи.

Налогооблагаемая прибыль не всегда совпадает с балансовой прибылью, поскольку часть прибыли в связи с льготированием может не облагаться налогом на прибыль.

Чистая прибыль – это конечный финансовый итоговый показатель, который отражает результат всех направлений работы банка, сохраняющиеся в его распоряжении после уплаты налогов и прочих обязательных платежей.

В повышении чистой прибыли заинтересован как сам банк – собственники и сотрудники, так и его партнеры – вкладчики, кредиторы, другие коммерческие банки, ЦБ РФ, государство. К исключительному праву общего собрания акционеров относятся вопросы распределения чистой прибыли коммерческого банка

Чистая прибыль, которая сохраняется в распоряжении банка, направляется на будущее развитие своей коммерческой деятельности и используется им самостоятельно. Совершенствование банковской конкуренции определяет важнейшие направления расходования собственной прибыли и позволяет расширить банковское производство, в также его совершенствовать, удовлетворить материальные и социальные потребности коллектива. К основным направлениям использования прибыли банком можно отнести:

- уплату налогов и иных обязательных платежей;
- выплату дивидендов акционерам;
- отчисления в различные фонды банка;
- благотворительные и иные цели.

Одним из основных видов финансовой отчетности, которая предназначена в большей степени для внешних пользователей является публикуемая отчетность. Она нужна для оценки пользователями финансовых результатов деятельности коммерческого банка, а также оценки финансового состояния кредитной организации. Данная отчетность представлена на сайте коммерческого банка.

Также для оценки финансовых результатов нужно изучить отчет о финансовых результатах (форма № 0409102), который представлен на сайте Центрального банка Российской Федерации.

#### Литература

1. Баетова Д.Р. Анализ деятельности коммерческого банка: учеб. пособие / Д.Р. Баетова и др.; М-во сел. хоз-ва Рос. Федерации, Ом. гос. аграр. ун-т. – Омск: Изд-во ФГБОУ ВПО ОмГАУ им. П.А. Столыпина, 2012. – 116 с.
2. Коробова Г.Г. Банковские операции: учебное пособие для средн. проф. образования / Г.Г. Коробова, Е.А. Нестеренко. – М.: Магистр; НИЦ ИНФРА-М, 2015. – 448 с.
3. Маркова О.М. Организация деятельности коммерческого банка: учебник / О.М. Маркова. – М.: ИД ФОРУМ; НИЦ ИНФРА-М, 2016. – 496 с.
4. Положение о порядке определения доходов, расходов и прочего совокупного дохода кредитных организаций (утв. Банком России 22.12.2014 N 446-П; ред. от 05.11.2015) [Электронный ресурс] // Справочно-правовая система Консультант-Плюс.

УДК 331.1

**Е.В. Грицай, студент**

*Научный руководитель: А.В. Тагирова, преподаватель  
г. Нижневартовск, Нижневартовский государственный университет*

## СОЗДАНИЕ ЭФФЕКТИВНОЙ СИСТЕМЫ КЛЮЧЕВЫХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ КРІ НА ПРИМЕРЕ ООО «СПОРТИК»

Загадочная аббревиатура КРІ встречается в одном ряду со словами «сотрудник», «эффективность» и «менеджмент». Англоязычную аббревиатуру расшифровывают как «Key performance indicators», в русском переводе используют форму «Ключевые показатели эффективности». Под ключевыми показателями эффективности принято понимать те показатели деятельности подразделения (предприятия), которые помогают организации в достижении стратегических и тактических (операционных) целей. Использование ключевых показателей эффективности даёт организации возможность оценить своё состояние и помочь в оценке реализации стратегии. Эти индикаторы позволяют специалистам лучше понимать, что им нужно делать, чтобы быть эффективными. Под «эффективностью» понимается не только объем работ, проделанный за единицу времени, но и польза, полученная компанией от деятельности сотрудника [1]. КРІ используют для мотивации сотрудников, с их помощью устанавливают цели для работников компании, прогнозируют ожидаемый объем работ. Цель данной статьи: изучить, насколько эффективно использование КРІ для мотивации сотрудников.

Внедрять KPI в обязательном порядке нужно среднему и крупному бизнесу. Чем быстрее растет компания, тем быстрее руководитель теряет контроль над бизнес-процессами. Ведь уследить за пятью сотрудниками проще, чем за пятнадцатью и двадцатью. В таких условиях система, которая бы позволяла следить за эффективностью работы каждого отдельного сотрудника, нужна как воздух. Руководители компаний и менеджеры обязаны искать слабые звенья в команде и поощрять активных работников. С целью повышения эффективности процесса приспособления к организации создается система адаптации персонала, ее наличие дает преимущества [3].

Существует распространенное среди многих руководителей заблуждение, что мотивация, основанная на удовлетворении материальных потребностей – самая эффективная. Но это может работать только на старте проекта и непродолжительное время. Высокая степень конкуренции на рынке заставляет применять новшества в бизнесе, будь то новый вид товара или услуги, новый подход в управлении персоналом [8]. Далее должны быть задействованы другие мотивационные рычаги. Поэтому сам метод управления, основанный только на материальном стимулировании, не может быть эффективным по определению. KPI предлагает «самую эффективную» систему мотивации, основанную только на материальном стимулировании [2]. Для этого ставим перед каждым сотрудником цель, которая в свою очередь является подцелью общей цели компании, разбиваем ее на задачи (действия, операции – для разных процессов это может иметь разные названия), по каждой задаче устанавливаем количественные показатели, которые нужно достичь и тогда задача будет считаться выполненной. От степени достижения этих показателей будет напрямую зависеть материальное вознаграждение сотрудника. Для еще большего эффекта проранжируем эти задачи и, следовательно, показатели по их важности, и определим каждому соответствующий повышающий или понижающий коэффициент. KPI обычно связывают либо с повышением доходности компании и ее оборота, либо с повышением производительности и эффективности использования средств производства. Исходя из этих условий вряд ли удастся составить какие-то принципиально новые и оригинальные KPI. Если, конечно, работа не связана с чем-то очень нестандартным.

Попробуем разобраться, как разделяют ключевые показатели эффективности (KPI) и что это такое. Для этого обратимся к примерам. Активно систему KPI показателей использует компания «СПОРТИК», они не только оценивают эффективность работы команды магазина, но и мотивируют этими показателями сотрудников. Более подробно ключевые показатели организации приведены в таблице 1.

Таблица 1

Наименование KPI показателей

Показатель	Название	Способ определения
Ns	Продажи магазина	Продажи магазина за определенный период
Nsi	Индивидуальные продажи	$Traffic \times Conversion \times ASP \times UPT$
Traffic	Трафик	Количество посетителей, вошедших в магазин за отчетный период
Conversion	Конвертация	Соотношение количества людей, совершивших покупки, к количеству посетителей магазина Количество пробитых чеков / Traffic
ASP	Средняя стоимость единицы	$Ns / \text{Количество проданных единиц}$
UPT	Средний чек в штуках	Количество проданных единиц / Количество пробитых чеков
ATV	Средняя стоимость чека	$ASP \times UPT$
SPH	Продажи в час	$Nsi / \text{Отработанные часы}$
CPH	Чеки в час	Количество пробитых чеков / Отработанные часы

Это базовые KPI, по которым можно сравнивать любые продающие структуры друг с другом. Но почти во всех компаниях есть 5 и более KPI, почему их так много? Дело в том, что в каждом магазине есть своя специфика. Где-то важно чтобы товар продавался быстро, где-то важно, чтобы не было дебиторской задолженности. Кроме того, почти везде есть товары или услуги, которые принося компании больше прибыли и продажи которых начинают стимулировать, вводя на них свой KPI и привязывая мотивацию персонала к выполнению этого KPI. Рекомендуется использовать не более 10 показателей эффективности, не нужно перезагружать целями линейный персонал и для обычных продавцов рекомендуется ставить не более 5 целей. В данной организации система KPI тесно связана с оплатой труда. Чем эффективнее показатели продаж, тем больше сотрудник получает бонус. Такая система выгодна не только линейному сотруднику, но и управленческому составу предприятия. Руководители тратят минимальные затраты на создание мотивационной схемы. Сотрудники сами заинтересованы в повышении продаж и как следствие увеличении прибыли. Данная система оплаты труда

позволяет не только увеличивать такой показатель как конвертация, но и объективно оценивать ситуацию в розничном магазине.

Также в данной организации используется такой уникальный показатель как NPS (англ. NetPromoterScore) – индекс определения приверженности потребителей товару или компании (индекс готовности рекомендовать), используется для оценки готовности к повторным покупкам.

Измерение индекса лояльности NPS включает в себя несколько шагов: потребителям предлагается ответить на вопрос «Какова вероятность того, что Вы порекомендуете компанию/товар/бренд своим друзьям/знакомым/коллегам?» по 10-балльной шкале, где 0 соответствует ответу «Ни в коем случае не буду рекомендовать», а 10 – «Обязательно порекомендую».

На основе полученных оценок все потребители разделяются на 3 группы:

9–10 баллов – сторонники (promoters) товара/бренда,

7–8 баллов – нейтральные потребители (neutrals),

0–6 баллов – критики (detractors).

Непосредственно расчёт индекса NPS.

$$NPS = \text{доля сторонников} - \text{доля критиков} [7].$$

Для того чтобы рассчитать количественный коэффициент KPI, определим три главных параметра:

- критический уровень (это минимальное значение результата сотрудника). Он играет роль точки отсчета. Достижение сотрудником этого результата становится маркером выполнения/невыполнения показателя;

- нормальный уровень (тот результат, который ожидает получить работодатель);

- целевой уровень (мотивирует сотрудника стремиться к превышению нормального результата). Его достижение должно прямым образом влиять на зарплату.

После этого, дождемся завершения отчетного периода (месяца, квартала) и посмотреть на фактические результаты работников. Определив эти параметры, рассчитаем KPI.

Формула расчета KPI выглядит следующим образом:

$$\text{Результат (\%)} = (\text{Фактический результат} - \text{Критический уровень}) / (\text{Нормальный уровень} - \text{Критический уровень}) \times 100\%.$$

Итоговым результатам расчета становится процентный показатель выполнения нормы. Если он меньше 100%, то норма выполнена, если больше – превышена. В зависимости от этого значения и определяется выполнение KPI сотрудником, а значит, и его зарплата. Такая система помогает работодателю отслеживать активность сотрудников, а работникам – видеть зависимость вознаграждения от проделанной работы[5]. Важно то, что количество ключевых показателей эффективности не должно быть слишком большим. Но и одним-двумя KPI ограничиваться не стоит. Такой подход стимулирует сотрудника следить за всеми аспектами своей работы и развиваться в каждом из них. Концепций формирования KPI несколько, но главная называется SMART. Это аббревиатура, в которой скрыты критерии, которым должен соответствовать желаемый результат KPI. Расшифровывается она так:

S – specific (определенность результата)

M – measurable (измеряемость результата)

A – achievable (достижимость результата)

R – relevant (релевантность результата деятельности сотрудника)

T – time-bound (ограниченность во времени)

Популярность этой концепции вызвана тем, что она просто адаптируется к конкретным задачам бизнеса. Пример: магазину цифровой техники нужно повысить продажи отдельной модели смартфона. Для сотрудников устанавливается необходимое количество продаж этой модели за месяц. Это количество измеряемо (M), модель смартфона одна (S), а отчетный период – месяц (T) [6].

В заключении хотелось бы поговорить о системе в целом. Главным плюсом KPI считается прозрачность. И сотрудники, и работодатель видит, кто сколько работает и зарабатывает. Такой подход помогает руководителям мотивировать сотрудников и следить за ситуацией «на местах» [4]. Если результат работника в каком-то аспекте ниже ожидаемого, у менеджера есть возможность скорректировать его работу в тот же день. Такая обратная связь намного полезнее выговоров и лишений премии. К минусам KPI относят низкую степень универсальности. Сложно оценить количественно те аспекты работы сотрудников, которые просто нельзя измерить. В таких ситуациях каждый бизнес ищет свои пути оценки качества, а это трудная задача. Другая проблема – затраты на внедрение. KPI нужно разработать, протестировать и применить на практике. Это отнимает и ресурсы компании, и

время сотрудников, которых придется переобучать. Адаптация к таким нововведениям тоже занимает не один день. Что же это такое – ключевые показатели эффективности? Это система оценки работы и мотивации персонала компании. Она основана на измерении количественных результатов сотрудников. Видов КРІ много. К ним относят и планы продаж, и производительность труда, и конверсию, и другие параметры. Кроме того, КРІ бывают групповыми и персональными. Они прямым образом влияют на оплату труда сотрудника и помогают мотивировать его. Таким образом, можно сделать вывод, что с экономической точки зрения, внедрение КРІ является выгодным. При данной системе сотрудник сам заинтересован в повышении своих показателей и как следствие увеличение показателей компании.

#### Литература

1. Алексеева С. Что такое КРІ и как с ним работать? [Электронный ресурс]. URL: <http://www.podborkadrov.ru>
2. Афанасьева Л.А. Методологические аспекты управления мотивацией и стимулированием трудовой деятельности компании // Основы экономики, управления и права. 2013 № 5. С. 61–66.
3. Волкова И.А. Адаптация персонала как способ формирования кадровой политики организации // Научно-методический электронный журнал «Концепт». – 2017. – № S1. – С. 1–5. URL: <http://e-koncept.ru/2017/470001.htm>
4. Волкова И.А., Захарова Н.В., Козлова О.А., Петрова В.С., Патрахина Т.Н., Шульгин О.В., Щербик Е.Е. Современный потенциал социального и экономического развития регионов: Коллективная монография. Нижневартовск, 2016.
5. Ключевые показатели эффективности. Все о КРІ: статья // Интернет-журнал об инвестициях. URL: <http://vkłady-investicii.ru>
6. Ключков А.К. КРІ и мотивация персонала. Полный сборник практических инструментов / А.К. Ключков. – М.: Эксмо, 2010. – 103 с.
7. Индекс потребительской лояльности NPS: статья // Свободная энциклопедия Википедия. URL: <https://ru.wikipedia.org/wiki>
8. Тагирова А.В. Инновационное предпринимательство в России: малый формат // Экономика и социум. 2014. № 4-4 (13). С. 1193–1196.

УДК 338.658

*М.Н. Гюльнезерова, магистрант  
А.А. Саркисян, студент*

*Научный руководитель: Е.Н. Лепахова, канд. социол. наук, доцент  
г. Ставрополь, Северо-Кавказский федеральный университет*

### ПРИНЯТИЕ И АНАЛИЗ СТРАТЕГИЧЕСКИХ УПРАВЛЕНЧЕСКИХ РЕШЕНИЙ

Одной из ведущих проблем для отечественных предприятий в условиях социально-экономической нестабильности является поиск современных средств организации управления, обеспечивающих усиление их позиции на рынке товаров и услуг. Приоритетным направлением решения этой проблемы является применение новейших механизмов стратегического управления.

Стратегическое планирование и управление для многих предприятий является новым, необычным, но таким, который вступает в силу явлением. Необходимость в нем проявляется как в процессе перехода от плановой экономики к рыночной, так и в сложных, нестабильных условиях развития мировой экономики. Важность стратегического управления определяется также тем, что темпы изменений внешней среды по скорости проявления часто опережают ответную реакцию предприятия, в связи с чем возрастает частота появления неожиданных, непредсказуемых для предприятия проблем. Стратегическое управление призвано расширить горизонты предвидения, создать возможности своевременной реакции предприятия на изменения внешней среды на рынках товаров, услуг и технологий, в научно-технической, социальной и политической сферах.

Любая модель управления предприятием базируется на соответствующей концепции. Концепция управления – это система идей, принципов, представлений, которые определяют цель функционирования организации, механизм взаимодействия субъекта и объекта управления, характер взаимодействия между отдельными звеньями его внутренней структуры, а также необходимую степень учета влияния внешней среды на развитие предприятия. Анализ концепции стратегического управления дает возможность систематизировать и выделить следующие характерные черты: базируется на определенном сочетании теории; системном, ситуационном и целевом подходах к деятельности предприятия, трактуется как открытая социально-экономическая система; ориентирует на изуче-

ние условий, в которых функционирует предприятие. Это позволяет создавать адекватные этим условиям системы стратегического управления, которые отличаются друг от друга в зависимости от особенностей предприятия и характера внешней среды. Таким образом, анализ, интеграция и применение информации для принятия стратегических решений позволяет определить содержание и последовательность действий по изменению на предприятии благодаря уменьшению неопределенности ситуации.

Реализация концепции стратегического управления предприятием возможна только тогда, когда предприятие является стратегически ориентированным. То есть предприятие, в котором персонал имеет стратегическое мышление, применяется система стратегического планирования, что позволяет разрабатывать и использовать систему стратегических планов.

Многие ученые дают свое определение понятию стратегический менеджмент, например, А. Томпсон, А.Дж. Стрикленд рассматривают стратегический менеджмент как процесс, посредством которого менеджеры устанавливают долгосрочное направление предприятия, разрабатывают стратегии для достижения целей с учетом внешних и внутренних обстоятельств, и обязуются выполнить выбранные планы действий.

А.С. Виханский – как управление предприятием, которое опирается на человеческий потенциал, как на основу предприятия, ориентирует производственную деятельность на запросы потребителей, гибко реагирует и осуществляет своевременные изменения на предприятии, которые отвечают вызову со стороны окружения и позволяющие создавать конкурентные преимущества, что в совокупности дает возможность предприятию выжить в долгосрочной перспективе, достигая при этом своей цели [2, с. 29].

Стратегический менеджмент состоит из различных элементов. Американская консультационная фирма «Мак-Кинси» приводит некоторые из них, например: стратегия, структура, кадры, искусство управления.

Стратегический менеджмент предприятия рассматривается как система трех элементов:

- Стратегия, как совокупность управленческих решений по ее перспективному развитию;
- Соответствующая структура управления, ориентированная на разработку и внедрение стратегий;
- Организационная культура.

Стратегия предприятия является одним из главных понятий в стратегическом менеджменте.

Стратегические цели указывают направление деятельности предприятия, устанавливают способ мотивации работников и способы проведения контроля над выполнением планов.

Сфера деятельности предприятия указывает на то, какие товары или услуги и на каких рынках предприятие намерено внедрять. Основным способом получения конкурентного преимущества предприятия на рынке являются: хорошее качество, низкая цена, скорость доставки, марка, определенные характеристики товара.

Стратегическое управление, как и другие сферы управленческой деятельности, представляет собой сочетание различных функций (видов деятельности), которые выделяются из общего управленческого процесса вследствие разделения управленческого труда. При таких условиях, специализированные виды разнообразных работ, связанные с формированием, реализацией и контролем выполнения стратегических установок предприятия будем называть «функциями стратегического управления». Без обобщения основных функций и определения специальных функций, которые должно выполнять стратегическое управление, невозможно вести разработку современных подходов к долгосрочному развитию субъектов хозяйствования в условиях нестабильности и неопределенности среды функционирования [1].

Американский ученый М. Армстронг, используя подходы Б. Бернса и Дж. Уолтона приводит перечень обобщенных основных функций стратегического управления, где выделяются следующие функциональные направления стратегической работы на предприятии [5]: осуществление всего объема организационной деятельности, включая установление корпоративных целей и определения границ действий; ответственность за взаимодействие предприятия с внешней средой; обеспечение функционирования внутренних процессов, структур и процедур, которые должны способствовать выполнению предприятием поставленных целей; согласование деятельности предприятия с его ресурсной базой на основе оценки объемов необходимых ресурсов или для использования возможностей, или для защиты от внешних угроз; приобретения, сокращения или перераспределение ресурсов; перевод сложных и динамичных внешних и внутренних факторов, влияющих на предприятие, в структурированный набор понятных, четко сформулированных повседневных задач.



Учитывая это, можно утверждать, что функции стратегического управления целесообразно исследовать отдельно в рамках каждой стратегической школы, поскольку их научные взгляды в значительной степени различаются. При таких условиях, сформировать целостную модель содержательных функций стратегического менеджмента, как сферы управленческой деятельности возможно лишь на основе их обобщения по всем десяти научными течениями [1].

Таким образом, можно сделать вывод о том, что стратегическое управление определяется как управление предприятием, при котором основой стратегических решений является выбор поведения предприятия в данный момент, которое рассматривается как начало будущего. Следовательно, решение при стратегическом управлении определяются обстоятельствами, которые возникают. Их выполнение должно дать не только ответ на вызов со стороны внешней среды, но и обеспечить возможность дальнейшей успешной реакции на изменения, которые происходят.

Выбор стратегии является центральным моментом стратегического планирования. Нередко компания выбирает стратегию из ряда возможных вариантов. Таким образом, если фирма стремится к увеличению своей доли на рынке, она способна добиться собственной цели несколькими путями – стратегическими направлениями развития.

Осуществить концепцию стратегического управления организация может только в том случае, когда компания – стратегически ориентированная. Стратегически ориентированная фирма является такой фирмой, в которой персонал обладает стратегическим мышлением, используется система стратегического планирования, что дает возможность разработки и использования интегрированной системы стратегических планов, а также текущая, повседневная деятельность подчиняется достижению намеченных стратегических целей.

В число преимуществ стратегически ориентированных фирм включают:

1. Сокращение до минимума отрицательных последствий изменений, происходящих, а также фактора «неопределенности будущего»;
2. Возможность учета объективных (внешних и внутренних) факторов, формирующих изменения, а также сосредоточения на изучении данных факторов; формирование соответствующих информационных банков;
3. Возможность получения необходимой базы для принятия стратегических, а также тактических решений;
4. Упрощение работы, связанной с обеспечением долгосрочной и краткосрочной эффективности и прибыльности;
5. Возможность сделать компанию более управляемой, так как с наличием системы стратегических планов имеется возможность сравнения достигнутых результатов с поставленными целями, которые конкретизированы в виде плановых заданий;
6. Возможность установить систему стимулирования для того, чтобы развивать гибкость и приспособленность компании, а также отдельных ее подсистем к изменениям;
7. Обеспечение динамических изменений посредством ускорения практических действий, связанных с реализацией стратегических планов на основании соответствующей системы регулирования, контроля и анализа;
8. Создание производственных возможностей и системы внешних связей, являющихся восприимчивыми к изменениям и позволяющих добиться будущих целей;
9. Реализация названных принципов дает возможность построения обоснованной последовательности действий по осуществлению концепции и формированию системы стратегического управления.

#### Литература

1. Анохина Ю.А. Метод сценариев в стратегическом управлении // Соврем. тенденции в экономике и управлении : новый взгляд. – 2010. – № 1-2. – С. 97–101.
2. Виханский О.С. Стратегическое управление / О.С. Виханский. – М.: Гардарики, 2016. – 296 с.
3. Маленков Ю.А. Стратегический менеджмент: учеб. – М.: ТК Велби; Изд-во Проспект, 2014. – 224 с.
4. Маняева В.А. Система стратегического управления и контроллинга коммерческой организации // Инновационное развитие экономики. – 2015. – № 4/5. – С. 188–194.
5. Стратегии, которые работают: Подход BCG: сб. ст.; пер. с англ. / сост. Карл Штерн и Джордж Сток-мл. – 6-е изд. – М.: Манн и Фербер, 2014. – 496 с.
6. Стратегия эффективного развития фирмы: учебник / О.С. Сухарев. – М.: Издательство «Экзамен», 2010. – 287 с.

## СТРАТЕГИИ РАЗРЕШЕНИЯ ВНУТРИГРУППОВЫХ ПРОТИВОРЕЧИЙ

Актуальность темы исследования обусловлена тем, что каждый человек, работая в любом учреждении, сам по себе – личность, но в то же время и часть данной организации.

Психологический аспект указанного фактора состоит из внутренних сил поведения, побуждающих людей к активности. Для управления человеческим фактором требуется осуществление процесса согласования воздействий в управленческом отношении с психологическими тенденциями поведения людей.

Конфликт – это ситуация, когда противоборствующие стороны пытаются всеми способами и методами добиться своего и при этом мешают противнику сделать то же самое [5].

Немаловажно находить и внедрять эффективные стратегии управления конфликтами на предприятии, насыщая их использование новыми перспективными технологиями, которые позволят получить множество преимуществ

Для управления конфликтами, важно понимать истинные причины возникновения конфликтной ситуации. Если конфликт уже состоялся, важно принять необходимые меры по его скорейшему разрешению, применяя весь имеющийся комплекс мер.

В основном, роль конфликта зависит от того, насколько успешно им управляют. Достаточно часто управленцы считают, что главной причиной возникновения конфликта является борьба личностей, но на практике это не совсем так. В связи со всем вышесказанным изучение механизмов конфликтов на предприятии, причин появления, успешного устранения, является весьма актуальным.

Конфликт (столкновение) – столкновение противоположных интересов, взглядов, стремлений; серьезное разногласие; острый спор, приводящий к борьбе.

Каждый человек, состоящий в какой-либо организации, имеет: свои цели, мотивы, задачи, за реализацию которых идет постоянная борьба. Существует закон природы: «Выживают сильнейшие». В том случае, если цели, мотивы и действия одного человека не дают возможности для реализации целей, мотивов и действий другого человека, создается межличностный конфликт. При этом люди предпочитают использовать методы и способы, которые не вписываются в рамки стандартного поведения. Применение таких методов в конфликте оказывают, чаще всего, неоднозначное воздействие на предприятие [3].

Нет единого мнения в отношении роли конфликтных ситуаций на предприятии. Некоторые говорят, что конфликт является абсолютным злом и его необходимо ликвидировать, поскольку такая ситуация отрицательно влияет на деятельность организации и приводит к возникновению стрессов у работников. Но некоторые считают, что конфликтные ситуации положительно влияют на функционирование организации, позволяют ей развиваться, даже выходить на новые рынки, что дает возможность работникам развиваться в духовном и профессиональном плане. На практике конфликтные ситуации оказывают и положительное, и отрицательное воздействие, то есть могут как сплотить организацию, так и разрушить ее.

Руководитель должен иметь навык контроля ситуаций, связанных с конфликтами, и их управлением. Формирование и внедрение адекватной системы управления конфликтами даст возможность регулировать эти процессы, и позволит направить их в положительное русло, избегая негативных проявлений.

Таким образом, конфликт – это образ существующих общественных связей, который выражает взаимодействие людей, взаимоотношения социальных групп и общностей при обнаружении несовпадения, несовместимости их требований, мотивов и целей и является мощным инструментом для развития любых социальных систем [6].

Можно выделить пять основных стратегий в отношении управления противоречиями в групповой динамике: соперничества, компромисса, сотрудничества, ухода, приспособления.

Соперничество – навязывание выгодного решения другой стороне. Данная стратегия оправдана в следующих случаях: явная конструктивность предлагаемого решения; выгода итога для всей группы или объединения, а не в отношении конкретного лица или небольшой группы; важность итога борьбы для поддерживающего данную стратегию; недостаточное количество времени на достиже-

ние договоренности с оппонентом. Стратегия соперничества целесообразна в ситуациях экстремального и принципиального характера, при дефиците времени и большой вероятности негативных последствий.

Компромисс заключается в потребности оппонентов закончить конфликтную ситуацию с помощью частичных уступок. Компромисс можно охарактеризовать, как отказ от некоторых требований, которые были выдвинуты ранее, при готовности признать претензии, выдвинутые другой стороной, как частично обоснованные, а также готовностью простить. Компромисс может быть эффективным в следующих случаях: понимание оппонентом, что и он сам, и соперник, могут иметь равнозначные возможности; наличие взаимоисключающих интересов; удовлетворение временным решением [4].

Приспособление или уступка, может быть рассмотрена как добровольный или вынужденный отказ от сдачи своих позиций. Оппонент вынужден принять данную стратегию согласно следующим мотивам: при осознании своей неправоты, при необходимости сохранить хорошие отношения с оппонентом, при сильной зависимости от него; при наличии несерьезной проблемы. Кроме этого, к выходу из конфликта с помощью стратегии приспособления приводит существенный ущерб, а также угроза возникновения негативных последствий, невозможность решить вопрос по-другому и давление со стороны третьего лица.

Уход от решения проблемы или избегание – попытка выхода из конфликта при минимальных потерях. Данная стратегия отличается от аналогичной тем, что оппонент может перейти к этой стратегии после того, как были реализованы неудачные попытки осуществления своих интересов при помощи активных стратегий. Стоит отметить, что здесь речь идет не о решении вопроса в ходе конфликтной ситуации, а об угасании самого конфликта. При этом уход от решения может являться реакцией на длительный по времени конфликт. Избегание может применяться тогда, когда нет сил и времени для принятия решений или ликвидации противоречий, или при стремлении выиграть время, при наличии сложностей в определении собственного поведения или при нежелании решить вопрос в целом.

Сотрудничество – наиболее эффективная стратегия поведения в конфликтной ситуации. Сотрудничество предусматривает более эффективное развитие событий в конфликте: стремление оппонента решить проблему в сотрудничестве с другой стороной, а не в противостоянии. Стратегия сотрудничества применяется при взаимозависимости оппонентов, склонности к игнорированию различий во власти, важности решения проблемы для обеих сторон, беспристрастности участников [7].

Отбор стратегии завершения конфликта, в той или иной степени, зависит от разных критериев. Как правило, все они подразумевают личностные особенности оппонента, степень ущерб, который ему нанесен, присутствие каких-либо ресурсов, ранг или статус стороны, предполагаемые последствия, важность решаемого вопроса, длительность конфликтной ситуации.

Более вероятным исходом конфликта является компромисс, поскольку какие-либо шаги на встречу может сделать хотя бы одна из сторон. При этом можно достичь как симметричного итога (равнозначные уступки сторон) или ассиметричные (одна сторона уступает в большей степени, а другая – в меньшей).

Исследование методов решения конфликтов между руководством и подчиненными показало, что 1/3 конфликтных ситуаций завершается компромиссом, а 2/3 – уступкой (чаще всего, подчиненного). Только 1–2% конфликтных ситуаций завершаются сотрудничеством. При конфликтах между руководителем и подчиненным в 60% случаев руководитель прав (касается рабочих моментов, где работник допустил небрежность, невнимательность и т.д.). Именно поэтому начальники применяют в конфликтных ситуациях соперничество, чем добиваются от сотрудников нужного поведения.

Еще в 1942 г. американский социальный психолог М. Фолет указывала конкретно на разрешение (урегулирование) конфликтов, а не их подавление. В перечне способов она выделяет победу одной стороны, компромисс и интеграцию. Интеграция – новое решение вопроса, при принятии которого обеспечивается выполнение условий обеих сторон и ни одна из них не несет ущерба. В дальнейшем этот способ стал называться «сотрудничеством».

В основании компромисса находится технология стремления к взаимодействию или так называемый торг. Однако здесь можно отметить недостатки в следующих позициях: спорах в отношении позиций сторон, которые приводят к сокращению договоров; формировании условий для уловок; возможно ухудшение ситуации и отношений, за счет чего возникают угрозы, ликвидация контактов и т.д. При этом стоит учитывать, что торг может быть усложнен при наличии в конфликте нескольких сторон [2].

Несмотря на все нюансы, в реальной жизни компромисс используется довольно часто. Для достижения компромисса рекомендуется техника открытого разговора, состоящая в следующем: предложение прекращения конфликта; признание своих ошибок, уже сделанных в конфликтной ситуации; реализация уступок оппоненту в тех вопросах, в каких это возможно, включая те моменты, которые не являлись главными в конфликте. В любой ситуации нетрудно найти несколько моментов, в которых можно уступить. Можно сделать уступку и в более значимых вещах, но не являющихся принципиальными, а также озвучить пожелания в отношении уступок, которые необходимы от другой стороны и они, чаще всего, касаются основных вопросов в конфликте; без проявления отрицательных эмоций обговорить взаимные уступки, по возможности провести их коррекцию, и, если поучилось договориться, необходимо зафиксировать состояние исчерпанности конфликта.

Сотрудничество требуется реализовывать по принципу переговоров.

Отделение человека от проблем: дифференциация оппонента и проблемы; можно поставить себя на место второй стороны; демонстрация готовности решить проблему; требуется быть твердым в решении проблем мягким по отношению к людям.

Необходимо обращать внимание больше на интересы, а не на позиции, отмечать основные и общие интересы, объяснять важность собственных интересов, и обязательно признавать интересы второй стороны как часть проблемы.

Можно предлагать взаимовыгодные версии: не искать только одно решение проблемы; отделить поиск версий от их анализа; расширить круг версий решения вопроса; искать взаимные выгоды; выяснить предпочтения второй стороны.

Необходимо использовать объективные критерии: быть открытым для принятия доводов второй стороны; не поддаваться давлению, а только принципам, использовать ряд критериев; использовать справедливые критерии.

Таким образом, комплекс стратегий позволит обеспечить метод ликвидации противоречий, которые являются основой конфликтной ситуации. Также возможно использовать предупреждение конфликта. Это действие, которое направлено на то, чтобы не допустить возникновения конфликта и его негативного воздействия на общественную ситуацию. Предупреждение конфликта является активным вмешательством управляющего субъекта в процессы взаимоотношений между людьми, а также их взаимодействие в различных областях жизни. В данном случае хаотичный ход процесса может быть прекращен, при разумном вмешательстве.

#### **Литература**

1. Дворецкая Г.В., Махнарылов В.П. Социология труда: уч. пособие. – Киев: Выщапк., 2015.
2. Дикарева А.А., Мирская М.И. Социология труда: уч. пособие. – М.: Высшая школа, 2015.
3. Дмитриев А.В. Конфликт на российском распутье // Социологические исследования. – 2015. – № 9.
4. Дорин А.В. Экономическая социология: уч. пособие. – Мн.: ИП «Эколерспектива», 2015.
5. Игумнова Г.В. Методы разрешения конфликтов. – Йошкар-Ола: Изд-во Марийского ун-та, 2015.
6. Кибанов А.Я. Управление персоналом организации. М.: Инфра-М, 2015.
7. Ковачик П., Малиева Н. Предупреждение и разрешение конфликтов. – М.: Ин-т психологии РАН, 2015.

**УДК 338.658**

***М.Н. Гюльнезорова, магистрант***

***А.А. Саркисян, студент***

*Научный руководитель: Е.Н. Лепахова, канд. социол. наук, доцент  
г. Ставрополь, Северо-Кавказский федеральный университет*

## **ЖИЗНЕННЫЙ ЦИКЛ ОРГАНИЗАЦИИ И ЕГО ПРАКТИЧЕСКОЕ ПРИМЕНЕНИЕ**

Взгляд на организацию через призму этапов развития дает возможность более точной идентификации ее основных целевых и стратегических установок и ориентаций. Возникает возможность определения, в какой степени они являются адекватными внутренними процессами в организации. В соответствии со стратегией организации строится стратегия управления персоналом, которая предъявляет соответствующие требования к характеристикам персонала этой организации.

Выбор организацией стратегии зависит от стадии жизненного цикла, на которой находится. В настоящее время существуют следующие этапы жизненного цикла организации:

А) Становление. Для представленной стадии наиболее важны такие виды деятельности, которые связаны с управлением персоналом – проектирование организационной структуры, определение численности персонала, формирование кадровой стратегии, а также, разработка системы сбора, хранение и применение кадровых данных, анализ деятельности и определение критериев оценки.

Также на этапе становления организации эффективно использовать следующие инструменты управления трудовой мотивацией персонала:

1) предоставление сотрудникам возможностей для достижений, а также получать новый опыт.

Данный процесс реализуется посредством:

- постановки работникам амбициозных задач – по сложности существенных превышающих те, которые ими решались до этого;

- поручения тех заданий, которые сотрудниками до этого не выполнялись.

Получение нового опыта работники расценивают как увеличение собственной стоимости на рынке труда в качестве инвестиций. Данный прием дает возможность удержания в организации талантливых специалистов даже с большой нагрузкой и невысоким уровнем вознаграждения.

Для организаций на стадии формирования больше всего соответствуют работники, которые уже накопили некоторый потенциал, но не обладают достаточным практическим опытом, и которые ориентированы на профессиональную реализацию. Часты случаи, при которых главные бухгалтеры из крупных организаций переходят на место заместителя директора по экономике и финансам в малые предприятия для того, чтобы приобрести новый опыт и расширить свою «зону влияния». Эффективными могут являться и молодые специалисты – благодаря их относительно маленькой стоимости на рынке труда, большого желания в получении опыта и готовности к большим объемам работы. «Но чтобы они принесли организации реальный толк, нужно соответствующе управлять ими (последовательное профессиональное развитие посредством постановки задач с постепенно растущим уровнем сложности и самостоятельности исполнения, а также детальной обратной связью о результате их деятельности), и наличие опытных коллег, которые готовы поделиться профессиональными секретами, а также помочь советом» [2].

2) перспективы роста по карьере, а также продвижения по службе в будущем два-три года, которые связаны с будущим развитием организации, являются вторым по значимости инструментом управления трудовой мотивацией на данной стадии. Работники не во всех случаях могут понимать наличие этих перспектив для них, в связи с чем им нужно систематически обрисовывать горизонт их карьеры. Это оказывает помощь в достижении максимального результата, однако, если обещания спустя некоторое время не будут материализованы, то у сотрудников может появиться глубокое разочарование, а также провал в мотивации, до самой полной потери доверия к нанимателю.

Веру работников в то, что фирма развивается и расширяется можно поддерживать посредством:

- встреч трудового коллектива для того, чтобы подводить итоги, где первые лица озвучивают успехи организации и рассказывают о горизонтах организационного развития;

- встреч руководителей с собственными подчиненными;

- посредством новостного блока на корпоративном сайте и/либо информационной доске в офисе, посредством регулярной электронной рассылки, корпоративной газеты и т.д.;

- сопричастность общему успеху и к результатам работы предприятия – руководителям следует иногда обращать внимание работников на достижения организации (подразделений), а также на роль работников в них. Также имеет смысл привлечение сотрудников к принятию решений, созданию целей и стратегий, к примеру, посредством проведения коллективного мозгового штурма, рабочих групп, осуществления проектов, а также позволять им выходить с рациональными предложениями по собственному участку работы и по фирме в целом. Преимущество этого управленческого приема – и то, что он также не ведет к существенным затратам и при этом обеспечивает наиболее лояльную позицию работников и их вовлеченность в рабочий процесс.

Б) Рост. На этой стадии необходимо обращать значительное внимание на профессиональное развитие и обучение сотрудников.

Серьезная проблема, которая возникает на этом этапе – межличностные конфликты, которые ведут к уходу из компании ключевых работников. Преимущественно конфликтуют персонал с большим стажем работы и недавно нанятые сотрудники, поскольку новые работники стремятся построить собственную карьеру, обращая внимание управляющего персонала на ошибки тех, кто давно работает в организации, не предлагая какого-либо решения взамен. Данная проблема может быть решена

через проведение мероприятий, связанных со сплочением сотрудников (к примеру, посредством проведения рабочих групп и выездных тематических семинаров, цель которых состоит в создании «единого поля восприятия»; командообразующих тренингов, организации корпоративных спортивных мероприятий и т.д.) [3, с. 85].

Для большинства предприятий, которые находятся на этапе интенсивного роста, наиболее важным является вопрос по привлечению нового персонала:

- поиск новых работников и отбор наиболее подходящих кандидатур;
- адаптация персонала, внедрение его в корпоративную культуру;
- организация процесса интеграции в работу.

Во время роста организации обычно выплачивают оклады сотрудников выше рыночного уровня на 7–10%, выплата же премий жестко увязывается с результатами деятельности (например, зависит от объема продаж, количества привлеченных инвестиций, доходности услуг, количеством рекламаций от клиентов, доходностью рекламы, количества новых клиентов и т.д.). Удельный вес премии по результатам работы в вознаграждении обычно колеблется в размере от 30 до 70% от общего объема выплат в зависимости от специфики бизнеса и степени влияния должности на производственный результат.

Отличительные особенности стадии стабилизации: оптимальный штат с тенденцией к его неоправданному увеличению, формализация всех бизнес-процессов, узкая специализация персонала, а также в большинстве случаев нормированный рабочий день. Формализованные процедуры принятия управленческих решений позволяют максимально снизить влияние уровня профессиональной квалификации персонала на качество принимаемых решений. В свою очередь это позволяет избежать серьезные проблемы, связанные с оттоком персонала, который на этой стадии развития предприятия, как правило, достаточно высок.

В) Зрелость. На данном этапе компании часто стремятся оптимизировать инвестиции в персонал, пересматривая ранее действовавшие системы материального стимулирования. На этой стадии система стимулирования обычно строится на поощрении производственных результатов, а также не качестве работы и выполнении заданных стандартов поведения.

Главной проблемой этой стадии обычно является превращение работы в выполнение рутинных действий, что существенно снижает возможность мотивации сотрудников за счет интересного содержания работы. Поэтому в этом периоде крайне необходимы механизмы компенсации недостатка мотивации у работников, например, внедрение института наставничества (как формы признания профессионализма работников), ввод в управление процедуры оценки эффективности деятельности – инструмента информирования сотрудников о степени успешности их деятельности.

Главная задача управления на стадии стабилизации – не только удерживать достигнутый уровень рентабельности и не увеличивать затраты на производство, а также и обязательно снижать затраты на сырье, технологию и персонал, в особенности, при жесткой конкуренции.

Для того чтобы оценить эффективность деятельности каждого, выявить резервы роста производительности и качество, предприятие должно осуществлять проведение регулярных оценочных процедур – аттестации персонала и рабочих мест. На основе полученной информации можно осуществить улучшение систем распределения работы, технологий деятельности, форм оплаты и стимулирования.

Задачи кадровой политики при кризисе должны являться направленными на решение нижеследующих проблем:

1. Сохранить ядро кадрового потенциала организации, то есть управленцев, специалистов, а также рабочих кадров, которые представляют особенную ценность для организации.
2. Реструктурировать кадровый потенциал организации по причине:
  - организационных преобразований в процессе реструктуризации предприятия;
  - реализации инновационных инвестиционных проектов;
  - диверсификации производства;
  - реорганизации организации.
3. Снизить социально-психологическую напряженность в коллективе.
4. Обеспечить социальную защиту и трудоустройство высвобожденных работников.

Г) Упадок. Главная задача управления данного этапа жизненного цикла организации – максимальное сокращение вложений в персонал и при этом удержание ключевых работников – т.н. «золотой» фонд (как критерии его создания могут выступать – результативность, степень воздействия на бизнес-процессы, уровень развития компетенций, стаж работы в организации и др.). В этой связи в начале стадии старения происходит постепенное сокращение штата, размера социального пакета, а

также финансирования корпоративных мероприятий. Освобождающиеся средства направляются на то, чтобы создать максимально привлекательные условия оплаты труда для ключевых работников. Нужно, чтобы уровень вознаграждения также имел связь с производственным результатом работников.

#### **Литература**

1. Абчук, В. Лекции по менеджменту. Решение. Предвидение. Риск. – СПб.: Питер, 2014. – 336 с.
2. Алехина О.Е., Юрьева Е.В., Переверзева И.А. Антикризис. Человеческий капитал. Новые возможности компании. Выпуск 3. – М.: Юрайт, 2014. – 280 с.
3. Бухалков, М.И. Управление персоналом: Учебник для вузов [Текст]. – М.: Инфра-М, 2014. – 638 с.
4. Веснин В.Р. Менеджмент персонала: учебник [Текст] / В.Р. Веснин. – М.: Элит-2000, 2016. – 304 с.
5. Веснин, В.Р. Практический менеджмент персонала: Пособие по кадровой работе [Текст]. – М.: Юрист, 2016. – 485 с.

**УДК 336.225.673**

***А.В. Давидян, аспирант***

***Ю.С. Зима, канд. экон. наук, доцент***

*Научный руководитель: И.В. Гашенко, д-р экон. наук, профессор  
г. Ростов-на-Дону, Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)*

## **ИССЛЕДОВАНИЕ ПРИОРИТЕТНЫХ НАПРАВЛЕНИЙ ПОВЫШЕНИЯ КАЧЕСТВА НАЛОГОВОГО АДМИНИСТРИРОВАНИЯ ФНС РОССИИ**

Миссия ФНС России – эффективная контрольно-надзорная деятельность и высокое качество предоставляемых услуг для законного, прозрачного и комфортного ведения бизнеса, обеспечения соблюдения прав налогоплательщиков и формирования финансовой основы деятельности государства.

Снижение административной нагрузки и упрощение процедур, развитие открытого диалога с бизнесом и обществом, развитие системы досудебного урегулирования споров в сфере государственной регистрации юридических лиц и индивидуальных предпринимателей. Развитие системы досудебного урегулирования споров в сфере государственной регистрации юридических лиц и индивидуальных предпринимателей, в том числе для снижения конфликтности при предоставлении ФНС России государственных услуг, законного и обоснованного вынесения решений регистрирующим органом и снижения споров с участием регистрирующих органов, рассматриваемых в судебном порядке, Управление досудебного урегулирования налоговых споров. Управление регистрации и учета налогоплательщиков на более высоком уровне.

Обеспечение открытого диалога с бизнесом и обществом в части актуальных вопросов законодательства о налогах и сборах и в процессе подготовки проектов нормативных правовых актов. Организация обсуждения актуальных вопросов законодательства о налогах и сборах и налогового администрирования в рамках заседаний Общественного совета при ФНС России и встреч с экспертным сообществом. Повышение уровня аналитического управления в структурных подразделениях ЦА ФНС России,

Оптимизация деятельности налоговых органов с учетом эффективности затрат на ее осуществление, совершенствование организационно-функциональной модели ФНС России, оптимизация организационно-функциональной модели ФНС России, и управление модернизации налоговых органов, все эти вопросы являются важными направлениями для дальнейшей работы по усовершенствованию налоговых органов.

Управление кадров, структурные подразделения ЦА ФНС России, Совершенствование риск-ориентированной системы внутреннего аудита, Риск-ориентированный отбор объектов внутреннего аудита, Управление контроля налоговых органов. Развитие централизованной обработки данных и внедрение передовых IT-технологий. Управление информационными технологиями, в структурных подразделениях ЦА ФНС России. Применение системного подхода формирования сводной аналитической и управленческой отчетности [1]. Но важнейшим инструментом в руках государства является налоговое администрирование.

Налоговое администрирование имеет несколько модификаций, т.е. можно представить своего рода классификацию налогового администрирования.

По уровню осуществления: федеральное, региональное, территориальное. Структура налоговой службы – иерархичная и выстроена в соответствии с территориальным устройством России. Налого-

вая служба включает в себя центральный аппарат ФНС, Управления ФНС по субъектам РФ, территориальные налоговые инспекции. Кроме того, в состав налоговых органов входят межрегиональные инспекции по крупнейшим налогоплательщикам. Мероприятия налогового администрирования обеспечивают все уровни налоговой службы, включая центральный аппарат ФНС.

В качестве методов можно выделить следующие виды: силовое и партнерское, дифференцированное и нейтральное, превентивное и одномоментное. Рассмотрим каждый вид подробнее.

С точки зрения методов, применяемых налогоплательщику и установления взаимоотношений между налоговыми органами и налогоплательщиками, может быть реализован силовой или партнерский подход. Силовой метод предполагает больший уклон на контрольную составляющую налогового администрирования. Цель налоговых органов – максимизация налоговых поступлений в бюджет за счет жестких мероприятий налогового контроля с целью выявления фактов налоговых сокрытий. Данный метод предполагает участие также силовых структур при осуществлении мероприятий налогового контроля. В данном случае на налогоплательщиков оказывается достаточно сильное воздействие, что часто в литературе называют «налоговым террором». При этом, как это часто случается, силовое воздействие усугубляет проблемы коррупции, а это означает рост теневой экономики. Также данный подход характеризуется высокими издержками на проведение налогового контроля. Негативным последствием такого подхода является и снижение деловой активности хозяйствующих субъектов в условиях усиливающегося пресса со стороны властных субъектов налоговых отношений – налоговых и правоохранительных органов. Все эти негативные последствия силового подхода налогового администрирования наблюдались в России в период рыночных преобразований и становления налоговой системы. Зачастую силовой подход налогового администрирования сочетается с усилением фискальной функции налогообложения.

Налоговое администрирование, основанное на принципах партнерства, предполагает достижение при соблюдении налогового законодательства баланса интересов налогоплательщика и государства на основе сотрудничества. При таком подходе возможно развитие таких специфических институтов, как досудебное урегулирование споров и налоговое консультирование. Налоговая служба при партнерском подходе является консультирующим органом для налогоплательщика. При партнерской концепции налогового администрирования главной задачей является не контроль всех налогоплательщиков с точки зрения неуплаты налогов и привлечение нарушителей к ответственности, а своевременности и полноты уплаты налогов. Важная роль при таком подходе отводится такому неформальному институциональному аспекту, как независимое налоговое консультирование. Налоговые консультанты, являясь независимыми сторонами между налоговыми органами и налогоплательщиками, оказывают помощь и тем и другим, в частности: налогоплательщикам – предлагают законные способы оптимизации налоговых платежей, а налоговым органам передают сведения о возможных законных незаконных способах минимизации налогов с тем, чтобы налоговые органы были готовы к определенным недобросовестным действиям налогоплательщиков.

Не смотря на кажущуюся идеальность такого подхода, он не лишен недостатков. Главный его недостаток в том, что отнюдь не все страны готовы к воплощению данной модели. Причины такого нежелания выстраивать партнерские взаимоотношения в России генерируются всеми субъектами налогового администрирования и они следующие [2]:

- Слабая заинтересованность российских налогоплательщиков в развитии партнерских отношений при ожидании получения больших финансовых выгод от неформальных договоренностей.
- Низкая мотивация налоговых органов к изменению принципов и методов налогового администрирования [4].

В зависимости от отношения к налогоплательщику можно выделить дифференцированное и нейтральное налоговое администрирование. При дифференцированном налоговом администрировании проводится разграничение налогоплательщиков на добросовестных и недобросовестных. Дифференциация заключается в проведении контрольных мероприятий и предоставлении налоговых преференций в зависимости от степени исполнения налогоплательщиками налоговой дисциплины.

Обеспечение соблюдения законодательства о налогах и сборах.

Противодействие уклонению от уплаты налогов и страховых взносов, в том числе за счет развития аналитических инструментов выявления налоговых правонарушений, стимулирования налогоплательщиков (плательщиков страховых взносов) к добровольному исполнению налоговых обязанностей (обязанностей по уплате страховых взносов) и применения в сделках цен, соответствующих рыночным.

Создание в общественном мнении негативного восприятия уклонения от налогообложения и незаконной минимизации налоговых обязанностей (обязанностей по уплате страховых взносов). Ак-



тивная деятельность по информированию налогоплательщиков (плательщиков страховых взносов) о нововведениях, упрощающих ведение бизнеса и соблюдение налоговых обязанностей (обязанностей по уплате страховых взносов). Развитие инструментов и методов побуждения налогоплательщиков (плательщиков страховых взносов) к добровольному исполнению налоговых обязанностей (обязанностей по уплате страховых взносов). Повышение эффективности межведомственного взаимодействия в сфере выявления налоговых правонарушений и обеспечения возмещения ущерба государству [1].

Добросовестные налогоплательщики получают дополнительные льготы и расширенное информационное сотрудничество с налоговыми органами в сравнении с недобросовестными, которые, напротив, подвергаются более жесткому контролю и утрачивают возможность на получения дополнительных налоговых льгот.

Нейтральное налоговое администрирование базируется на налоговом законодательстве, не содержащем отдельные нормы и правила, применяемые к добросовестным и недобросовестным налогоплательщикам. В Российском налоговом законодательстве прослеживается нейтральность по отношению к налогоплательщикам с различной степенью соблюдения налоговой дисциплины и термин «добросовестный» налогоплательщик ничего в себе не несет с точки зрения особого отношения к данному налогоплательщику со стороны государства.

С точки зрения подхода к осуществлению контрольных мероприятий выделяют превентивное и одномоментное налоговое администрирование [3].

Одномоментный подход основан на поиске фактов уклонения от уплаты налогов, новых схем минимизации налоговых платежей. При этом, основным минусом данного подхода является то, что налоговые службы не могут противостоять уже свершившимся фактам нарушения налогового законодательства и узнают о появившихся незаконных способах налоговой минимизации на основании проводимых проверок. Таким образом, в этом случае налоговые органы изначально «проигрывают» налогоплательщика в плане знания пробелов налогового законодательства.

Второй подход – превентивный (или предупредительный) более затратный, как в плане денежных затрат, так и трудовых. В этом случае главной задачей налоговых органов является предупреждение появления новых схем и квалификация наиболее рискованных налогоплательщиков, которые способны их реализовать. Такой подход требует также и высокой квалификации сотрудников налоговых органов. В России в 2007 г. появился элемент данного подхода, выраженный в методике оценки риска налогоплательщика на основе разработанных 12 критериев [4].

Совершенствование системы управления задолженностью по обязательным платежам и денежным обязательствам в бюджетную систему Российской Федерации. Повышение качества доказательственной базы по принятым решениям налоговых органов. Повышение качества представления интересов государства в судах по принятым решениям налоговых органов. Стандартизация и унификация форм документов, предоставляемых на бумажных носителях и в электронном виде, предусмотренных Налоговым кодексом Российской Федерации. Развитие клиентоориентированного взаимодействия с налогоплательщиками (плательщиками страховых взносов). Совершенствование установленных ФНС России форматов счета-фактуры, журналов полученных и выставленных счетов-фактур, корректировочных счетов-фактур книг покупок и книг продаж и др. И немаловажный момент Участие в мероприятиях Минфина России по изменению налогового законодательства с целью снижения количества разниц в правилах бухгалтерского и налогового учетов.

По итогам исследованных в данной научной статье материалов можно сделать вывод о том, что Российская налоговая система в настоящее время переживает очередной этап замаскированной налоговой реформы, которая ставит целью совершенствование налогового администрирования. Исследования экономистов относительно сути налогового администрирования, его методов, классификации не позволяют, в итоге, сформировать единую концепцию относительно развития налогового администрирования, наиболее адекватную современному социально-экономическому развитию нашего государства. Но позитивная работа по совершенствованию налогового аппарата продолжается.

#### Литература

1. Стратегическая карта ФНС России на 2017–2021 гг.
2. Артеменко Д.А. Развитие методов налогового администрирования на основе риск-ориентированного подхода [Электронный ресурс] // Известия Санкт-Петербургского государственного экономического университета. 2011. № 1. С. 36–39. URL: <https://elibrary.ru/contents.asp?issueid=927730> (дата обращения: 12.05.2013).
3. Фоминых А.К., Кузнецов П.В., Яковлев А.А. Идентификация неформальных бизнес групп для целей налогового администрирования [Электронный ресурс]. URL: [http://www.aspe.spb.ru/\\_private/ASPE%20WP101.pdf](http://www.aspe.spb.ru/_private/ASPE%20WP101.pdf) (дата обращения: 12.05.2013).

УДК 351.82

**А.В. Давлекаева, студент**

*Научный руководитель: Р.М. Ламзин, ст. преподаватель  
г. Волгоград, Волгоградский государственный социально-педагогический университет*

## **ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В СТРУКТУРЕ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ПРОМЫШЛЕННОЙ ПОЛИТИКИ**

Произведенная продукция должна быть успешно реализована на рынке, что может быть обеспечено путем оперативного обмена «информацией между подразделениями внутри самой компании» даже при условии значительного расстояния между структурными подразделениями предприятия. Происходит укрепление непрерывного информационного взаимодействия с поставщиками необходимых экономических ресурсов, а в отдельных случаях с потребителями готовой продукции, что может быть обеспечено «с помощью создания корпоративной информационной системы (КИС)». Эта система позволяет решать следующие задачи: 1) отслеживание текущего состояния производственных процессов; 2) предварительное установление проблем в рамках поставок ресурсов, их переработки и последующем сбыте [5, с. 197; 1, с. 372].

Эффективность публичной власти напрямую зависит от характера специфики обеспечения важнейшим ресурсом управленческой деятельности, которым выступает информация, отражающая истинный вид объекта регулирования. При этом сущность современной публичного управления – это взаимодействие официальных структур власти и неправительственных организаций и общественности, что определяет межсекторное партнерство между государственной властью, сектором бизнеса и некоммерческой общественностью. Устойчивость указанного взаимодействия зависит от информационных технологий, способствующих своевременному перемещению информации для принятия соответствующих решений субъектами публичного партнерства с последующей их реализацией в практических действиях. Следует выделить следующие признаки публичного управления:

1. Разработка и реализация способов управления в форме «постбюрократической организации», что воплощается в создании и использовании горизонтальных методов взаимодействия между государственно-административными, экономическими и общественными организациями при совмещении с гибкими вертикальными субъектно-объектными взаимосвязями при замене непосредственного господства и администрирования способами координации и кооперации.

2. Активное функционирование независимых общественных организаций, представляющих интересы отдельных категорий населения и граждан на различных уровнях государственной власти и деятельности экономических корпораций.

3. Одним из ключевых средств управления становятся различные информационные технологии, позволяющих обобщать разрозненные сведения в массивы данных с возможностью комплексного воздействия на общественную деятельность сразу по нескольким ее аспектам [9, с. 1137].

4. Использование современных информационных коммуникаций позволяет всесторонне расширять межсекторное взаимодействие в виде равноправного диалога системой государственной власти, бизнес-сообществом и совокупностью независимых общественных организаций [6, с. 42].

5. Структуры управления осуществляют легитимное разрешение проблем с преобладанием координирующей функции институтов государственной власти с опорой на профессионально-интеллектуальные ресурсы частного экономического сектора и гражданской общественности.

6. Публично-управленческая деятельность совмещает в своей структуре общественно значимые цели и задач дальнейшего развития с оптимизацией существующих социально-экономических условий в соответствии с действующим законодательством.

Указанные признаки являются целями дальнейшего развития федеральных правительственных органов в условиях построения современной социально ориентированной системы отношений. Непосредственной основой для достижения этих целей выступает накопление оптимального политического капитала, который создается посредством социально-властного лидерства официальных государственных структур по отношению к социально-экономическому и гражданскому плюрализму прояв-

лению инициатив по совместному решению существующих проблем в различных сферах жизни социума и экономического функционирования. Накопление указанного капитала путем выдвижения названных инициатив с помощью эффективных информационных технологий и систем [4, с. 598].

В свою очередь, какая-либо информационная технология представляет собой комплекс методов, способов и средств, обеспечивающих создание, хранение, обработку, передачу, защиту и отображение информации, ориентированных на повышение эффективности и производительности труда [7, с. 340]. Посредством таких технологий осуществляется аккумулятивное и оптимальное использование управленческих возможностей как сложной системы средств активизировать совместные действия государственно-властных, экономических и общественных субъектов при условии взаимного удовлетворения потребностей в процессе реализации функций государства. Это проявляется в следующем:

1. Применение современных эффективных информационных технологий.

2. Реализация совокупности личных, деловых и профессиональных способностей должностных лиц, практический опыт деятельности в различных сферах производства и общественной активности [8, с. 76].

Функционирование множества взаимосвязанных технологий формирует действие социальных сетей, обеспечивающих построение виртуальных общественно-политических сообществ. С развитием данных сетей формируются элементы «виртуальной общности» и «цифровой власти» как трансформированных форм публичного управления, для которой характерно:

1. Происходит беспрепятственное перемещение информационных данных, за исключением сведений составляющих государственную тайну, коммерческие секреты или иную информацию ограниченного пользования [3, с. 217].

2. Расширяются формы аудиовизуального общения с помощью развития современной компьютерной техники, так как текстовая форма информации «требует от читателя некоторого анализа и интеллектуальных усилий», в то время как изображение на экране позволяет задействовать визуальный и звуковой аспекты воздействия на сознание граждан.

3. Интерактивность современных медиа средств, применяемых в системе публичного управления, новых медиа формирует информационно-политическую реальность с возможностью ее воплощения в реальных социально-экономических отношениях путем производственных преобразований заключения торговых сделок и прочих формах.

4. Свойство анонимности коллективного и индивидуального общения в сети Интернет дает возможность снизить уровень личной ответственности за принятые решения и предпринятые действия отдельных лиц. Также это дает возможность скрывать политические и экономические интересы под прикрытием активности безликой виртуальной массы с одновременным латентным манипулированием деятельностью экономических компаний и общественных групп с помощью ложной информации «согласно неафишируемой стратегии, противоречащей ценностям демократии». Тем самым происходит программирование социального сознания с предопределением потребительских предпочтений и наиболее выгодных господствующим элитам результатов политического администрирования государственных структур власти.

5. Характер стремительного распространения информации посредством современных коммуникаций позволяет расширить число субъектов, воспринимающих ее с повышением уровня экономического потребления самой информации и материальных продуктов, которые идентифицирует данная информация [10, с. 152]. При этом, нет эффективных сетевых рамок, позволяющих проверять степень реальности представляемых свойств рекламируемых товаров частных фирм или пропагандируемых политических проектов со стороны власти.

6. Современные средства формирования и передачи информации позволяют независимым гражданским объединениям выражать свою позицию в системе существующих социально-политических и экономических процессов с выражением общественного мнения на всех уровнях официальной власти [2, с. 49].

Посредством данных технологий происходит укрепление социально-политического сотрудничества официальных структур власти, частного бизнеса и общественности на основе функционирования различных электронных сетей. Использование этих сетей позволяет обеспечить баланс в способах выражения названным субъектам публичного взаимодействия своих задач в социуме, планов их выполнения с повышением уровня положительного общественного мнения к своей позиции при увеличении числа своих сторонников или потребителей различных услуг (политических, административных, экономических или общественно-гражданских, что зависит от специфики публичного предложения и спроса).

Для дальнейшего повышения степени продуктивности применяемых информационных технологий в публичном социально-политическом пространстве требуются эффективный человеческий капитал. Данный капитал выражается в наличии востребованных в структуре государственного управления, в современных рыночных отношениях и социуме профессиональных знаний, умений и практических навыков использования технических средств передачи информации и поддержания высокого уровня технологической эффективности электронных сетей.

#### Литература

1. Байбакова Т.В., Соболева О.А. Безопасность кисломолочных напитков как стратегический фактор развития пищевой промышленности // Аграрная наука, образование, производство: актуальные вопросы: сборник трудов всероссийской научно-практической конференции с международным участием. – 2014. – С. 372–375.
2. Бюджетная политика и качество жизни населения России / под ред. д.э.н., профессора А.Н. Вашенко, д.э.н., профессора С.П. Сазонова – Волгоград: Изд-во ПринТерра-Дизайн, 2012. – 350 с.
3. Кайль Я.Я., Епинина В.С. Совершенствование системы государственного управления и его влияние на состояние социально-экономического развития субъектов РФ (на примере субъектов РФ ЮФО) // Бизнес. Образование. Право. Вестник Волгоградского института бизнеса. 2013. № 4 (25). – С. 216–224.
4. Кайль Я.Я., Епинина В.С., Ламзин Р.М. GR-менеджмент: реалии и перспективы развития // Фундаментальные исследования. – 2016. – № 9-3. – С. 597–600.
5. Кайль Я.Я., Епинина В.С., Ламзин Р.М. Система информационного обеспечения как фактор повышения результативности публичного управления // Материалы международной научно-технической конференции «Перспективы применения инновационных технологий в сфере архитектуры и строительства» (посвященной 50-летию Самаркандского государственного архитектурно-строительного института). Книга II. – 2016. – С. 196–199.
6. Кайль Я.Я., Ламзин Р.М. Инновационные информационные технологии государственного регулирования малого предпринимательства // Электронный научно-образовательный журнал ВГСПУ «Грани познания». № 4(47). Октябрь 2016. – С. 40–44.
7. Кайль Я.Я., Федин С.В. Анализ и оценка влияния результатов деятельности промышленных предприятий на экологическую комфортность проживания населения города // Фундаментальные исследования. – 2016. – № 5-2. – С. 339–344.
8. Картавченко В.В., Кузьмина М.И., Минаева О.А. Региональная промышленная политика: формирование, проблемы реализации. – Волгоград: Изд-во ВГТУ, 2014. – 176 с.
9. Коробов С.А., Мосейко В.О., Тарасов А.В. Современные экономические основы построения региональной промышленной кластерной политики в России // Экономика и предпринимательство. – 2016. – № 9. – С. 1136–1140.
10. Морозова Н.И. Роль государственно-частного партнерства в формировании и реализации промышленной политики // Бизнес. Образование. Право. Вестник Волгоградского института бизнеса. – 2013. – № 3 (24). – С. 150–155.

УДК 339

**К. Даркен, магистрант**

*Научный руководитель: Сунг Фанг, профессор  
г. Нанкин, Китай, Нанкинский университет науки и технологии*

### АНАЛИЗ ВНЕШНЕГО ТОВАРООБОРОТА ДОБЫВАЮЩИХ ОТРАСЛЕЙ КАЗАХСТАНА

Непостоянство цен на мировом рынке и снижения спроса на продукцию сырьевого сектора РК привело к снижению внешнего товарооборота. Снижение экспортной группы товаров с Китаем и Россией привело к снижению ВВП страны с 4.1 процента в 2014 году до 1 процента в 2015 году [1, с. 28].

Динамика производства железных и цветных руд по производимым видам металлов представлена на рисунке 1.

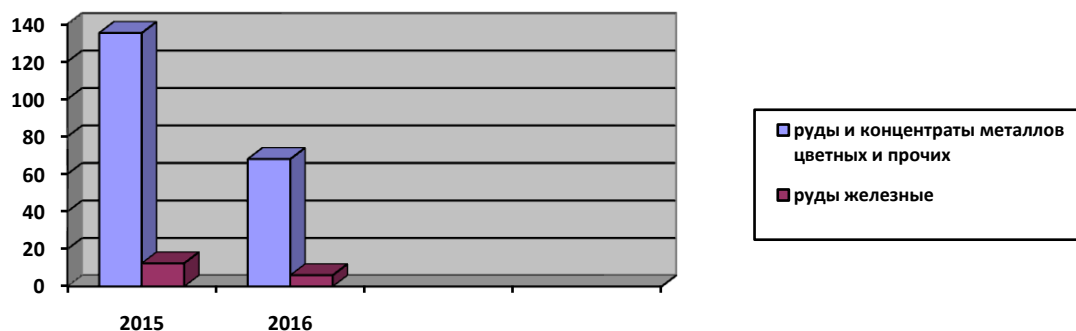


Рис. 1. Динамика добычи руд и концентратов, произведенных в 2017 году, тыс. тонн

12,371 тыс. тонн руды и концентратов металлов цветных и прочих, произведенных в 2016 году, оказались на 91% ниже произведенных руд в 2015 году, причиной этому фактору способствовали установившиеся цены на металл и снижение качества полезных ископаемых.

Объем производства металлических руд в Казахстане по видам, произведенных в Казахстане на начало 2017 года показано в таблице 1.

Таблица 1

**Объем производства металлических руд по видам, произведенных в Казахстане в 2017 году, тыс. тонн**

Продукция	2016год	2015год	2016/2015,%
Руды железные неагломерированные	3 564	38 923	9.2%
Концентраты железорудные	781	10 101	7.7%
Руды железные агломерированные	840	10 065	8.3%
Агломерат железорудный	498	5 491	9.1%
Окатыши железорудные	328	3 387	9.7%
Руды медные	7 183	76 046	9.4%
Концентраты медные	1 277	10 503	12.2%
Медь в медном концентрате	37	440	8.4%
Руды медно-цинковые	417	5 703	7.3%
Руды алюминиевые (бокситы)	410	4 802	8.5%
Руды золотосодержащие	1 435	18 773	7.6%
Концентраты свинцовые	26	371	7.1%
Свинец в свинцовом концентрате	7	71	10.5%
Руды свинцово-цинковые	498	5 779	8.6%
Концентраты цинковые	49	647	7.6%
Цинк в цинковом концентрате	25	326	7.8%
Руды марганцевые	90	1 569	5.7%
Концентраты марганцевые	30	498	6.0%
Руды хромовые	532	5 546	9.6%
Концентраты хромовые	357	4 153	8.6%

Основная доля произведенной руды относится к цветным, из них 7 183 тыс. тонн – медные руды и 7 тыс. тонн – свинец в свинцовом концентрате. На рисунке 2 представлена динамика производства металлических руд в Казахстане за 2011–2016 гг.

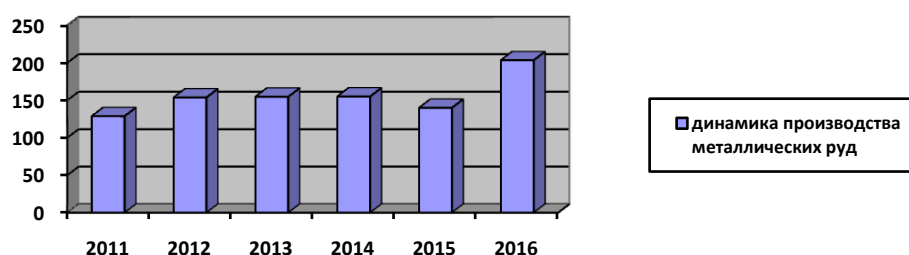


Рис. 2. Динамика производства металлических руд в Казахстане за 2011-2016 гг., тыс. тонн

Анализ показывает положительную тенденцию добычи металлических руд, что подтверждается 37% ростом металлических руд в 2016 году по сравнению с 2011 годом. Внешнеэкономическая деятельность РК представлена в таблице 2.

Таблица 2

**Товарооборот РК за последние 3 года**

	2014		2015		2016	
	тыс. долл. США	%	тыс. долл. США	%	тыс. долл. США	%
товарооборот	250805783,7	100	106699375	100	60894317,8	100
Экспорт	149052249,56	59,42	80901019,8	75,82	35903007,3	58,96
Импорт	101753534,14	40,58	25798355,2	24,18	24991310,5	41,04

За последние 2015, 2016 гг., наблюдается существенная тенденция снижения товарооборота в сравнении с 2014 годом. Как мы знаем, цены на основной сырьевой продукт (нефть) в 2014 году был наиболее высоким и составлял 114 долларов США / баррель нефти. В последние годы в связи с падением цен на нефть до 50 долларов США / баррель нефти, товарооборот по сравнению с 2014 годом в 2015 году снизился на 57,5%, а в 2016 году на 76% [2, с. 44].

Эффективность внешней торговли в 2014 году составила 59%, 2015 и 2016 году составила 32% и 14% соответственно. Баланс эффективности внешней торговли положительный, хотя мы видим существенное падение. Падению эффективности внешней торговли способствует доля снижения продаж экспортной группы «Минеральные продукты».

Основные долевые показатели экспорта и импорта в товарообороте соответственно по группам «Минеральные продукты» и «Машины, оборудование и механизмы, электротехническое оборудование» представлены в таблице 3.

Таблица 3

**Основные долевые показатели внешней торговли за последние три года**

Группы товарооборота	2014 год	2015 год	2016 год
Экспорт: Минеральные продукты	67,68%	71%	64,69%
Импорт: Машины, оборудование	46%	30,45%	28,68%

Минеральные продукты, как основная доходная часть экспортной группы, представляющая сырьевой сектор, в целом показывает динамику падения, что прежде всего связано с отсутствием в стране диверсифицированной экономики. Экспортное поступление дохода существенно сказывается на импорте страны, так как основная продукция для производства прибывает путем закупа товаров из-за рубежа. Развитие экспорта приводит к развитию производственного потенциала страны [3, с. 15].

80% экспортной группы составляет добывающая отрасль. 10 основных позиции этой группы представлены в таблице 4.

Таблица 4

**Наиболее экспортируемые позиции товарных групп 25–27 ТН ВЭД «Минеральные продукты»**

Всего по товарной группе		
1	2709	нефть сырая
2	2711	газы нефтяные
3	2710	нефтепродукты
4	2601	руды и концентраты железные
5	2603	руды и концентраты медные
6	2701	уголь каменный
7	2503	сера
8	2610	руды и концентраты хромовые
9	2608	руды и концентраты цинковые
10	2716	электроэнергия
прочие позиции		

**Вывод:**

Значительное снижение внешней и внутренней торговли качественно сказывается на экономическом росте экономики Казахстана. Снижение спроса на минеральные ресурсы и долговременная политика, направленная на развитие сырьевого сектора, болезненно отразилась на результатах поступления доходов в бюджет Казахстана от экспортных продуктов, существенная доля которой – продукты добывающих отраслей.

Особую роль в экономическом развитии страны будет играть экспортоориентированность и импортозамещение создаваемых продуктов внутри страны, развитие отраслей с выпуском продукции с добавочной стоимостью. В то же время низкие экспортные поступления от добывающих отраслей экономики способствуют росту импортных продуктов в стране, и поэтому на первое место выходит вопрос инвестиционно-кредитной политики [4, с. 261].

**Литература**

1. Казахстан: Адаптация к низким ценам на нефть; трудные времена впереди: Доклад об экономике Казахстана. 2015. С. 28.
2. Модуль маркетингового справочника KazDATA. Показатели внешней торговли и структуры импорта и экспорта Казахстана. 2016. С. 44–45.
3. Анализ тенденций мировой торговли и внешней торговли Казахстана / Министерство по инвестициям и развитию Республики Казахстан; АО «Национальное агентство по экспорту и инвестициям «KAZNEX INVEST». 2014. С. 15.
4. Глушак Н.В., Глушак О.В. Место и роль сырьевого комплекса в формировании экспортного потенциала России // Вестник Брянского государственного университета. № 3. 2015. С. 261–264.

## **ОСОБЕННОСТИ ИНВЕНТАРИЗАЦИИ В СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННОЙ ОРГАНИЗАЦИИ**

В конце года организации необходимо проверить остатки по всем счетам. А для этого нужно провести инвентаризацию, в ходе которой и формируются документы, содержащие оценку имущества и обязательств, которые обеспечивают достоверность данных бухгалтерского учета и бухгалтерской отчетности. И только после этого можно осуществлять реформацию баланса.

Рассмотрим инвентаризацию имущества. Проведение инвентаризации всегда сопряжено с оформлением большого количества документов. Так, перед началом инвентаризации нужно составить приказ о ее проведении по установленной форме N ИНВ-22 [5, с. 2].

В первую очередь ревизии подлежит имущество сельскохозяйственной организации. Оно включает: основные средства, нематериальные активы, материалы, готовую продукцию, деньги и т.д. Чтобы провести их инвентаризацию, необходимо:

- оформить акт инвентаризации либо инвентаризационную опись;
- составить сличительную ведомость;
- заполнить ведомость по результатам инвентаризации;
- отразить результаты инвентаризации в учете [6, с. 156].

Отметим, что инвентаризация основных средств может проводиться один раз в три года, а библиотечных фондов – один раз в пять лет. Для проведения инвентаризации составляется акт инвентаризации (инвентаризационной описи). Для инвентаризационных описей и актов предусмотрены специальные формы. Например, акт инвентаризации по расходам будущих периодов составляется по форме N ИНВ-11, по отгруженным товарам – по форме N ИНВ-4, по материалам – по форме N ИНВ-3 и т.д.

Особое внимание следует уделить инвентаризации животных и молодняка животных. Так, взрослый продуктивный и рабочий скот заносится в описи, в которых указываются следующие данные:

- номер животного (бирка, тавро);
- кличка животного;
- год рождения;
- порода (указывается на основании данных бонитировки (классность) скота);
- упитанность;
- живая масса (вес) животного (кроме лошадей, верблюдов, мулов, оленей, по которым масса не указывается);
- первоначальная стоимость.

Молодняк крупного рогатого скота, племенных лошадей и рабочего скота включается в описи индивидуально. Так же, как и крупный рогатый скот, рабочий скот, свиньи (матки и хряки) и особо ценные экземпляры овец и других животных (племенное ядро). Прочие животные основного стада включаются в описи по возрастным и половым группам с указанием количества голов и живой массы (веса) по каждой группе.

Животные на откорме, молодняк свиней, овец и коз, птица и другие виды животных, учитываемые в групповом порядке, включаются в описи согласно номенклатуре, принятой в учетных регистрах, с указанием количества голов и живой массы (веса) по каждой группе. Описи составляются по видам животных отдельно по фермам, цехам, отделениям, бригадам в разрезе учетных групп и материально-ответственных лиц.

В сельскохозяйственных организациях инвентаризация фактического поголовья взрослых продуктивных животных, рабочего скота, молодняка животных, животных на откорме, кроликов, зверей, подопытных животных и птицы проводится, как правило, не менее одного раза в квартал. В специализированных сельскохозяйственных организациях с промышленными методами производства, где птица содержится в широкогабаритных птичниках, в незаконных помещениях с регулируемым микроклиматом, инвентаризация проводится один раз в год по состоянию на 31 декабря отчетного года; пчелосемей – не менее двух раз в год (не позднее 1 июня и 1 октября). На это указано в п. 54 Методи-

ческих рекомендаций по бухгалтерскому учету животных на выращивании и откорме в сельскохозяйственных организациях, утвержденных Приказом Минсельхоза России от 2 февраля 2004 г. N 73 [6, с. 249].

Описи составьте в двух экземплярах. Первый остается в бухгалтерии, а второй передается работнику, ответственному за сохранность вверенного ему имущества.

Этот сотрудник должен дать расписку на первой странице каждой описи, подтверждая, что имущество по всем первичным документам им учтено – оприходовано или списано. Такие операции необходимо осуществить до проведения инвентаризации [2, с. 141].

В ходе инвентаризации проверьте свое имущество – сосчитайте основные средства, взвесьте корма, сырье, удобрения и т.д. По мере таких действий нужно заполнять инвентаризационные описи и акты.

Когда проверка будет закончена, члены инвентаризационной комиссии должны подписать все описи.

Также рассмотрим, как осуществляется оформление сличительной ведомости. По итогам ревизии вы можете обнаружить нехватку ценностей либо их излишек, а также пересортицу. В таком случае необходимо составить сличительную ведомость.

Для сличительных ведомостей применяем следующие формы:

- N ИНВ-18 – составляется после проверки основных средств;
- N ИНВ-19 – составляется после инвентаризации товаров, материалов и других товарно-материальных ценностей.

Отметим, что после проверки денег в кассе предприятия сличительная ведомость не оформляется. Для оформления результатов инвентаризации кассы предусмотрен специальный бланк по форме N ИНВ-15 [5, с. 2].

Сличительная ведомость оформляется в двух экземплярах. Первый экземпляр остается в бухгалтерии, а второй передается работнику, ответственному за сохранность вверенных ему ценностей.

Заполнение ведомости по результатам инвентаризации осуществляется таким образом. Итоговые данные по инвентаризации имущества отражаются в специальной форме N ИНВ-26, форма которой утверждена Постановлением Госкомстата России от 27 марта 2000 г. N 26. В этом документе отражаются итоговые данные по всем видам имущества.

Данные для заполнения этой ведомости нужно взять из инвентаризационных описей и сличительных ведомостей.

Отражение результатов инвентаризации в учете происходит в случае выявления имущества, не числящегося в учете, его нужно оприходовать записью по дебету счетов учета материальных ценностей (10, 41, 43 и т.д.) и кредиту счета 91 «Прочие доходы и расходы» (субсчет «Прочие доходы»).

Если обнаружится нехватка имущества, то на его стоимость сделайте запись по дебету счета 94 «Недостачи и потери от порчи ценностей» и кредиту счетов учета материальных ценностей.

Конечно, недостачи имущества выявляются при инвентаризации значительно чаще, чем излишки. Порядок отражения недостач установлен Федеральным законом от 6 декабря 2011 г. N 402-ФЗ «О бухгалтерском учете» и Положением по ведению бухгалтерского учета и бухгалтерской отчетности в Российской Федерации [1, с. 3; 4, с. 1].

Эти документы предусматривают списание недостач имущества в пределах норм естественной убыли на издержки производства или обращения, а сверх норм – за счет виновных лиц. В случае, если виновные лица не установлены или суд отказал во взыскании убытков, убытки от недостачи имущества списываются на финансовые результаты.

Согласно п. 5.4 Методических указаний по инвентаризации имущества и финансовых обязательств, предложения о регулировании всех выявленных при инвентаризации расхождений фактического наличия ценностей с данными бухгалтерского учета представляются на рассмотрение руководителю сельскохозяйственной организации. Окончательное решение о списании недостач на финансовые результаты или на счета виновных лиц принимает руководитель организации.

Для проведения инвентаризации расчетов с поставщиками и покупателями необходимо:

- составить акт сверки расчетов;
- оформить акт инвентаризации;
- отразить результаты инвентаризации в учете [7, с. 186].

Рассмотрим составление акта сверки расчетов. Форма акта сверки не установлена законодательством, поэтому его можно составлять в произвольной форме при условии наличия в этом акте всех необходимых реквизитов. Такие акты нужно составить по каждому покупателю и поставщику в двух экземплярах. Первый остается в бухгалтерии, а второй направляется на подписание контрагенту.



А также оформление акта инвентаризации осуществляется следующим образом. Чтобы оформить акт инвентаризации расчетов с дебиторами и кредиторами, используйте специальную форму Н ИНВ-17.

По результатам инвентаризации выявите долги с истекшим сроком исковой давности. Списать их нужно на прочие доходы (когда должна ваша организация) или на прочие расходы (если должны, напротив, вам). Для списания долга руководителю необходимо составить приказ. Такой приказ составляется в произвольной форме [3, с. 94].

Таким образом, в статье рассмотрены следующие особенности инвентаризации в сельскохозяйственной организации: инвентаризация имущества, составление акта инвентаризации, оформление сличительной ведомости, заполнение ведомости по результатам инвентаризации, отражение результатов инвентаризации в учете, инвентаризацию расчетов и составление акта сверки расчетов, а также оформление акта инвентаризации и отражение результатов инвентаризации.

#### Литература

1. Федеральный закон «О бухгалтерском учете» Федеральный закон от 06.12.2011 N 402-ФЗ (последняя редакция) [Электронный ресурс] // Справочно-правовая система «Консультант плюс». – Режим доступа: <https://www.consultant.ru>
2. Епанчинцев В.Ю. Проведение бухгалтерской экспертизы оборотных активов в гражданском и арбитражном процессах / В.Ю. Епанчинцев // Проблемы и перспективы развития экономики и права в современных условиях: сборник научных трудов – Горно-Алтайск: РИО ГАГУ, 2016. – С. 138–144.
3. Новиков Ю.И. Организационно-правовые основы судебно-бухгалтерской экспертизы: учебное пособие / Ю.И. Новиков, О.А. Блинов. – Омск: Изд-во ОмГАУ им. П.А. Столыпина, 2014. – 96 с.
4. «Об утверждении Положения по ведению бухгалтерского учета и бухгалтерской отчетности в Российской Федерации»: Приказ Минфина РФ от 29.07.1998 N 34н [Электронный ресурс] // Справочно-правовая система «Консультант плюс». – Режим доступа: <https://www.consultant.ru>
5. «Об утверждении унифицированных форм первичной учетной документации по учету кассовых операций, по учету результатов инвентаризации»: Постановление Госкомстата РФ от 18.08.1998 N 88 [Электронный ресурс] // Справочно-правовая система «Консультант плюс». – Режим доступа: <https://www.consultant.ru>
6. Серебрякова Т.Ю. Теория и методология сквозного внутреннего контроля: Монография / Т.Ю. Серебрякова. – М.: НИЦ ИНФРА-М, 2016. – 328 с. – Режим доступа: <http://znanium.com>
7. Сигидов Ю.И. Развитие методики бухгалтерского учета финансовых результатов сельскохозяйственных организаций: Монография / Ю.И. Сигидов, Г.Н. Ясенко. – М.: НИЦ ИНФРА-М, 2015. – 118 с. – Режим доступа: <http://znanium.com>

УДК 631:658.787

**В.В. Дейнеко, студент**

*Научный руководитель: В.Ю. Епанчинцев, канд. экон. наук, доцент  
г. Омск, Омский государственный аграрный университет им. П.А. Столыпина*

## КОНТРОЛЬ ЗА СОХРАННОСТЬЮ ДЕНЕЖНЫХ СРЕДСТВ

В сроки, установленные руководителем организации, а также при смене кассиров в каждой организации производится внезапная инвентаризация кассы с полным полистным пересчетом денежной наличности и проверкой других ценностей, находящихся в кассе. Остаток денежной наличности в кассе сверяется с данными учета по кассовой книге. Для производства ревизии кассы приказом руководителя организации назначается комиссия, которая составляет Акт проверки денежных средств кассы (форма № КМ-9) [1].

Основными задачами контроля денежных средств является:

- проверка сохранности денежных средств в кассе, на банковских счетах и в расчетах;
- проверка целевого использования денежных средств;
- проверка правильности состояния хозяйственных операций по движению денежных средств;
- проверка своевременности зачисления денежных средств на счета банка;
- проверка своевременности оприходования денежных средств в кассу;
- проверка своевременности возврата денежных средств подотчетными лицами;
- проверка своевременности перечисления средств с целью погашения задолженности по налогам и другим расчетам

Рассмотрим порядок проведения инвентаризации на примере сельскохозяйственной организации ЗАО «Знамя» Марьяновского района Омской области.

Инвентаризация кассы в ЗАО «Знамя» проводится на первое число каждого месяца, а также при смене материально ответственного лица. Приказом руководителя назначалась комиссия, которая непосредственно участвовала в проведении инвентаризации и составляла акт.

При подсчете фактического наличия денег в кассе принимаются к учету денежные знаки, почтовые марки, марки государственной пошлины. Предъявленные кассиром почтовые марки и марки государственной пошлины принимаются по номинальной стоимости. Расписки и другие документы на позаимствованные в кассе деньги в остаток наличности не включаются.

Фактический остаток наличных денежных средств в кассе ЗАО «Знамя» сверяется с данными кассовой книги и учетными данными по субсчету 50.1 «Касса организации». В ходе инвентаризации обращается внимание на правильность оформления кассовых документов, ведения кассовой книги, соблюдение лимитов остатка наличных денежных средств, применения контрольно-кассовой техники.

Результаты инвентаризации оформляются Актом инвентаризации денежных средств в кассе по форме № ИНВ-15. При обнаружении ревизией недостачи или излишка ценностей в кассе в акте указывается их сумма и обстоятельства возникновения, а кассир должен дать пояснения о причинах расхождения в акте, в строке «Объяснение причин излишков или недостач» [1].

Инвентаризация денежных средств организации перед составлением годовой отчетности включает проверку соответствия остатков средств на расчетных счетах организации данными бухгалтерского учета, путем сверки остатков сумм, числящихся на соответствующих счетах по данным бухгалтерии организации, с данными выписок банка. Суммы, указанные в банковских выписках по кредиту необходимо сравнить с показателем по дебету счета 51 «Расчетные счета». После завершения инвентаризации денежных средств организации и приведения в соответствие их фактического наличия в кассе и на банковских счетах с данными бухгалтерского учета информация отражается в бухгалтерской отчетности.

Все организации, осуществляя производственную и хозяйственную деятельность, вступают во взаимоотношения с другими предприятиями, организациями, учреждениями, работниками организации и отдельными лицами. Эти взаимоотношения основаны на различных денежных расчетах в процессе заготовления, производства и реализации продукции, работ или услуг.

Все расчеты по выполнению обязательств и предъявлению требований осуществляются через учреждения банков. Расчеты наличными деньгами между организациями носят ограниченный характер и строго регламентированный. Денежные средства на организациях могут находиться в форме наличных денег в кассе, храниться в банке на расчетных счетах, на специальных счетах, а также, использоваться в виде аккредитивов, лимитированных и других чеков.

Основные задачи контроля денежных средств, кассовых и банковских операций состоит в том, чтобы выявить состояние сохранности денежных средств, правильность и законность их использования, подлинность и достоверность совершения денежных операций, отраженных в бухгалтерском учете, соблюдение кассовой дисциплины, полноты оприходования, целевого использования и условий хранения денежных средств.

Для выявления параметров, которым должна отвечать современная компьютерная программа автоматизации бухгалтерского учета, можно рассмотреть общие возможности наиболее известных и распространенных сегодня программы бухгалтерского учета. Были установлены следующие параметры, которым должна соответствовать современная программа автоматизации бухгалтерского учета:

- вести учет по банковским и кассовым операциям;
- вести расчет зарплаты;
- вести учет основных средств и нематериальных активов (ОС и НА);
- и так далее.

Были изучены первичные документы по учету денежных средств и порядок их оформления. К первичным документам по кассе, которые используются в ЗАО «Знамя», относятся приходные и расходные ордера формы КО-1 и КО-2 соответственно, платежная ведомость. На основании этих документов кассир ежедневно заполняет кассовую книгу формы КО-4 по мере совершения операций, второй экземпляр которой является отчетом кассира и одновременно регистром аналитического учета по счету 50 «Касса» [1].

На основании данных аналитического учета и приложенных первичных документов делаются записи по счету 50 «Касса» и заполняется регистр синтетического учета – журнал-ордер № 1-АПК. Данные журнала-ордера переносятся затем в главную книгу, на основании которой в конце отчетного года составляют баланс. Таким образом, была изучена схема движения документов в кассе организации.

Бухгалтерский учет в ЗАО «Знамя» ведется в соответствии с «Положением о бухгалтерском учете и отчетности в РБ». Внутрихозяйственный контроль сохранности и использования денежных средств в хозяйстве осуществляет руководитель и главный бухгалтер. Он вводится в соответствии с Порядком о ведении кассовых операций в РБ

Денежные средства являются основой благосостояния каждой организации, поэтому контроль за их хранением и использованием должен быть хорошо организован. Предлагается для совершенствования контроля за сохранностью и использованием денежных средств в хозяйстве примерную программу внутрихозяйственного контроля. Данная программа позволит усилить контрольные функции всех должностных и материально-ответственных лиц, которые обязаны отвечать за сохранность и целевое использование денежных средств. Предприятия, объединения, организации и учреждения независимо от организационно-правовых форм и сферы деятельности обязаны хранить свободные денежные средства в учреждениях банков.

Для осуществления расчетов наличными деньгами каждая организация должна иметь кассу и вести кассовую книгу по установленной форме.

Прием наличных денег организациями при осуществлении расчетов с населением производится с обязательным применением контрольно-кассовых машин. Наличные деньги, полученные хозяйствующим субъектом в банках, расходуются на цели, указанные в чеке.

Организации могут иметь в своих кассах наличные деньги в пределах лимитов, установленных банками, по согласованию с руководителями предприятий. При необходимости лимиты остатков касс пересматриваются. Хозяйствующие субъекты обязаны сдавать в банк всю денежную наличность сверх установленных лимитов остатка наличных денег в кассе в порядке и сроки, согласованные с обслуживающими банками. Организации не имеют права накапливать в своих кассах наличные деньги сверх установленных лимитов для осуществления предстоящих расходов, в том числе на оплату труда.

Выдача денег из выручки одних организаций, имеющих постоянную денежную выручку, на нужды других допускается в отдаленных местностях, где нет банков, на основе договора между хозяйствующими субъектами по согласованию с банками, обслуживающими эти организации.

Хозяйствующие субъекты имеют право хранить в своих кассах наличные деньги, сверх установленных лимитов только для оплаты труда, выплаты пособий по социальному страхованию и стипендий не свыше 3-х рабочих дней, включая день получения денег в банке. Выдача наличных денег под отчет производится из касс организаций.

Таким образом, кассовые операции являются важнейшей составной частью деятельности любой организации или предприятия. В условиях рыночной экономики следует исходить из принципа, что умелое использование денежных средств может приносить организации дополнительный доход, и, следовательно, организация должна постоянно думать о рациональном вложении временно свободных денежных средств для получения прибыли (депозиты банков, ценные бумаги и др.). Приумножение денежных средств, их правильное использование и контроль за сохранностью является одной из важнейших задач бухгалтерии организации и бухгалтерского учета. От успешности решения этой задачи зависит платежеспособность организации, своевременность расчетов с поставщиками и подрядчиками, своевременность платежей в бюджет и др.

#### Литература

1. «Альбом унифицированных форм первичной учетной документации по учету денежных расчетов с населением при осуществлении торговых операций с применением контрольно-кассовых машин»: Постановление Госкомстата РФ от 25.12.1998 N 132) [Электронный ресурс] // Справочно-правовая система «Консультант плюс». Режим доступа: <https://www.consultant.ru>
2. Епанчинцев В.Ю. Бухгалтерская экспертиза оборотных активов в системе финансового контроля / В.Ю. Епанчинцев // Экономика и эффективность организации производства. – 2014. – № 20. – С. 15–19.
3. Жуков В.Н. Система внутреннего финансового контроля в корпорациях: содержание и инструменты моделирования: монография / В.Н. Жуков. – М.: НИЦ ИНФРА-М, 2015. – 212 с.
4. Новиков Ю.И. Организационно-правовые основы судебно-бухгалтерской экспертизы: учебное пособие / Ю.И. Новиков, О.А. Блинов. – Омск: Изд-во ОмГАУ им. П.А. Столыпина, 2014. – 96 с.
5. Серебрякова Т.Ю. Теория и методология сквозного внутреннего контроля: Монография / Т.Ю. Серебрякова. – М.: НИЦ ИНФРА-М, 2016. – 328 с.

## **РАЗРАБОТКА СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ПРОИЗВОДСТВОМ**

Разработка системы управления производством – это очень сложный и трудный процесс. И при этом чтобы разработать в действительности хорошую систему управления просто невозможно без конкретного понимания бизнес-процессов, которые происходят на предприятии.

Для того чтобы создать высококачественную систему управления производством, недостаточно иметь в штате компании отличных проектировщиков и программистов, хотя и без них решить такую задачу будет невозможно. Тем не менее, для создания толкового MES-продукта понадобится не только знание языков программирования, но и хорошее владение вопросами производственной деятельности, знание тонкостей бизнес-процессов и множества других вещей.

Но в итоге все-таки случаются такие ситуации, когда уже готовые решения совершенно не подходят под специфику деятельности данной компании. И тогда для всех задается такой вопрос, как разработана система управления производством.

И при этом очень важно учитывать тот факт, что именно разработка системы управления производством, помимо своей дороговизны, еще и довольно регламентированный процесс.

Дело в том, что в мире существует Международная ассоциация производителей и пользователей систем управления производством. Именно она и определяет стандарты разработки в данной области.

Управление людьми, которые работают на предприятии – это один из главных критериев менеджмента. Но даже между этими терминами есть небольшое отличие, которое следует знать и изучать в процессе создания своей системы управления персоналом данной организации.

В наше современное время система управления персоналом в организации все более востребованной. С нововведением системы управления кадрами, где большому количеству фирм дали цель, в надежде, что это повлияет на экономику государства. Сотрудники и руководство часто не могут найти один общий подход к делу, это главная проблема. В связи с этим фирма не имеет какого-либо развития, при этом ухудшая имидж фирмы, а в связи и с этим прибыли. В таком случае никто не берется взять всю ответственность на себя, каждый тянет на свою сторону, и это способствует на плохую работу как сотрудника, так и руководящего. В дальнейшем это приводит разрыву отношений всего коллектива.

Длительное совместное сотрудничество, сплоченный коллектив, хорошая и добросовестная работа отражается на имидже фирмы. Отношения между работником и работодателем должны быть взаимовыгодными. В данном случае, это руководство, которое не может найти правильный подход к своим работникам, найти общую цель, от которой будет идти прибыль фирмы, а главная цель это желание для хорошей и качественной работы.

Главная роль стратегия организации заключается в создании основной программы по достижению целей фирмы посредством разбиения ее на подцели, которые в свою очередь распределяются между коллективами. Человеческий капитал, вложения являются основой для работы фирмы.

Планирование и контроль производства складывается из следующих действий:

- определение оптимальной модели предприятия и выбор производственной стратегии;
- схемы планирования и управления производством;
- структура производственного предприятия;
- оперативное производственное планирование;
- контроль выполнения планов и графиков производства;
- диспетчерский контроль за ходом производства;
- автоматизация процессов планирования производства;

Производственный план включает следующие действия:

- составить конкретный план на конкретный отрезок времени;
- максимально быстро выполнять работу, при этом на качество товара не должна отрицательно влиять скорость его производства;
- нести ответственность за срок сдачи заказа;

– рассчитывать и экономить средства на развитие дальнейшего предприятия.

Если не будет конкретного плана и контроля при работе с клиентами то в дальнейшем, они их просто теряют.

На сегодняшний день большая часть производственных мощностей сосредоточена в таких густонаселенных странах, как Китай и Индия, уровень заработной платы в которых ниже, нежели в Европе и США. В нынешнее время использование на производстве роботов расширяется не столь быстро, чтобы полностью отказаться от ручного труда. Необходимость в квалифицированных рабочих кадрах по мере увеличения объемов промышленности будет только возрастать. Именно это вызовет дальнейшее развитие и совершенствование системы управления производством. Управление производственными процессами посредством систем MES будет набирать популярность, так как оно практикуется в наиболее развивающихся сферах промышленности: энергетике, автомобильной, фармацевтической и текстильной сферах.

В связи с большой конкуренцией на рынке производства соответственно увеличивается цена и качество на производимый товар. Поэтому чтобы производство не теряло доход, разрабатываются определенные стратегии. Потому что для хорошего сбыта на рынке, при этом продукция должна быть хорошего качества. Любое предприятие должно уделять значительное внимание внедрению и использованию эффективных автоматизированных систем управления производством. Известно, что основной критерий успешности производства – это выполнение плановых или прогнозных показателей по выпуску продукции при минимальных затратах. Одна лишь модернизация производства (применение новых технологий, обновление технологического оборудования) не может обеспечить эффективную работу.

Для того, чтобы предприятие приносило прибыль, компании нужно уделять особое внимание. Каждое решение должно быть обдуманно и согласовано. Автоматизация управления производством требует значительных временных и финансовых затрат. В первую очередь это связано с тем, что необходимо полностью пересмотреть существующую систему производства продукции.

Существуют риски, не смотря на нововведения и известность применяемой технологии. В этом может быть и риск при внедрении новых элементов. При этом нужно подготовить персонал к работе с новым оборудованием. Но, несмотря на это, указанные недостатки не оказывают сколь видимого влияния на компанию в целом.

Результаты деятельности компании во многом зависят от того, насколько эффективна применяется система управления производством. Реалии мировых рынков таковы, что конкуренция каждый год усиливается. К тому же из-за постоянно увеличивающегося количества предложений предприятиям довольно трудно соответствовать ожиданиям целевой аудитории. Постоянно изменяющиеся условия требуют от компаний быстрого реагирования. Но это возможно только в том случае, если бизнес способен трансформироваться.

От существующей системы управления напрямую зависит способность бизнеса подстраиваться под изменяемые условия рынка. Корпоративные системы, доставшиеся в «наследство» от СССР, не способны конкурировать с современными комплексами.

В первую очередь, необходимо выявить потребность в исследовании. Для этого проводится детальный анализ проблем, к которым приводит наличие данных потребностей. Далее специалисты занимаются определением объекта и предмета исследований. В конкретно взятом случае объектом является система управления производством, а предметом – те самые проблемы, не дающие предприятию развиваться с максимальной эффективностью.

Основными функциями управления производством считаются: планирование; организация; нормирование; мотивация; контроль; координация; учет; анализ; регулирование.

Все функции управления производством тесно связаны между собой. С одной стороны, плановые задания служат основой для учета, анализа, контроля хода производства. С другой, данные учета, контроля и анализа используются для регулирования хода производства. В свою очередь составление и корректировка плановых заданий осуществляются с учетом их фактического выполнения за прошедший период.

Следует отметить, что функции организации, нормирования, мотивации, конкретизированные для определенных производственных условий, более устойчивы к воздействию внутренней и внешней среды и поэтому практически не изменяются. Перечисленные функции дополняют и проникают друг в друга, в совокупности и взаимосвязи образуют цикл управления и отражают содержание повседневного управления производством. Каждая из них имеет определенное место и значение в процессе управления, все они взаимосвязаны между собой и дополняют друг друга при выработке управленческих решений.

Таким образом, можно подвести итог, что производственный менеджер – это высококвалифицированный специалист предприятия, наделенный правом принимать решения в области управления производством и обеспечивающий организацию и руководство действиями управленческого персонала по достижению поставленных целей. Основные области деятельности производственных менеджеров – планово-экономическая и организационно-управленческая.

#### Литература

1. Жулина Е.Г. Динамика технологической модернизации российских предприятий / Е.Г. Жулина, И.В. Кузнецова // Научное обозрение. – 2015. – № 5. – С. 279–286.
2. Жулина Е.Г. Конкурентоспособность организации: факторы и проблемы управления / Е.Г. Жулина, Т.Л. Мягкова // Фундаментальные и прикладные исследования кооперативного сектора экономики. – 2016. – № 5. – С. 34–37.
3. Развитие систем управления инновационными стратегиями бизнеса в экономике России: колл. монография / Е.А. Кряквина, Е.Г. Жулина, Н.А. Воронина и др.; под общ. ред. д-ра экон. наук доцента Е.Г. Жулиной. Саратов: ИИРПК, 2017. 163 с.
4. Кузнецова И.В. Современное состояние и перспективы развития инновационной деятельности на предприятиях России / И.В. Кузнецова // Экономика и социум: проблемы и перспективы взаимодействия: Материалы III Всероссийской научно-практической конференции (Саратов, 26 февраля 2016 г.). – Саратов: ООО «ИИРПК», 2016. – С. 44–47.
5. Менеджмент инновационного развития бизнеса в информационном обществе России: социально-экономические аспекты / В.В. Даньшина, Е.Г. Жулина, Ю.В. Баурова и др. Саратов: Саратовский государственный технический университет им. Гагарина Ю.А., 2016. – 190 с.
6. Хачатрян Г.А. Основы менеджмента: учеб. пособие / Г.А. Хачатрян. – Саратов: Амирит, 2017. – 294 с.

УДК 351.82

*Е.А. Долгова, студент*

*Научный руководитель: Р.М. Ламзин, ст. преподаватель  
г. Волгоград, Волгоградский государственный социально-педагогический университет*

## ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В СИСТЕМЕ РАЗВИТИЯ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫХ РЕСУРСОВ ГОСУДАРСТВЕННОГО УПРАВЛЕНИЯ

Современная модель практического обучения на локальном уровне должна состоять из трех важнейших элементов:

1. Разработка профессиональных компетенций, направленных на отображение экономических, организационных, психологических, информационных особенностей разновидностей профессиональной деятельности с учетом опыта обучения вновь принятых на работу сотрудников.
2. Обеспечение профессиональной ориентации подготовленных кадров по направлениям работы в организациях.
3. Создание благоприятных условий для творческой самореализации работников при выполнении трудовых обязанностей.

Система внутрифирменного обучения представлена в применении программы практической подготовки работников для конкретного предприятия. Разработка таких программ во многом зависит от специального педагогического консультирования со стороны специалистов образовательных учреждений. Это консультирование может проявляться в двух вариантах:

1. Участие педагогов-экспертов в подготовке программ обучения на предприятии (эксперт готовит план рабочей программы обучения в соответствии с производственной спецификой).
2. Разработка программ обучения в процессе изучения и организации деятельности персонала организации (педагог-консультант рассматривает задачи и функции деятельности с учетом особенностей организационной культуры и взаимодействия руководства и персонала).

Таким образом, реализуется педагогический консультационный процесс с обозначением востребованного практической деятельностью знаниями о решаемых проблемах и признаках качественного конечного продукта, который необходимо создать для потребителей. В рамках процессуального консультирования у слушателей наряду с профессиональными знаниями, должна быть сформирована установка на непрерывное преобразование технологий производства и методов работы. Система внутрифирменной подготовки может быть эффективной при условии всестороннего анализа организационного функционирования с отражением проблем в этой деятельности в соответствующих образовательных модулях (с учетом максимально широкого спектра трудностей, которые необходимо

устранить после прохождения данного обучения). Средства педагогической деятельности – это методы обучения и воспитания.

Современный эффективный процесс практико-производственного обучения должен быть отображен в последовательности ряда мероприятий:

1. Постановка целей проведения обучения кадров в соответствии с выполнением определенных трудовых функций. Определяется субъективное пространство учащегося как идентичности человека в его социокультурном окружении, на основе которого происходит передача профессиональных знаний и навыков.

2. Подготовка специальных методических материалов, позволяющих отражать и моделировать различные производственные ситуации с возможностью обучающимися сотрудниками самостоятельно принимать решения по устранению выявленных организационных проблем [8, с. 256].

3. Определение форм самостоятельного изучения сотрудниками с помощью современных информационных ресурсов и технологий специфики предстоящей работы.

4. Подготовка оценочно-контрольных средств проверки полученных работниками знаний и умений [2, с. 217].

Оценка уровня производственной потребности в обучении кадрового состава может быть выявлена с помощью следующих методов:

1. Оценка сведений о работниках, сформированных посредством функционирования кадровой службы (специфика профессионального образования, имеющийся опыт работы и пр.).

2. Периодическая оценка уровня подготовки сотрудников путем проведения аттестации. Происходит поиск способов конструктивного самоутверждения в группе.

3. Анализ степени и характера выполнения планов работы организации для установления уровня эффективности деятельности работников.

4. Сбор и анализ заявок на обучение персонала от руководителей подразделений с определением тематического и научного содержания методических материалов.

5. Организация работы с кадровым резервом и работа по планированию карьеры с учетом требований к квалификации персонала.

6. Рассмотрение индивидуальных заявок и предложения работников по развитию производственно направленного обучения с освещением особо сложных элементов и сторон в выполняемой работе.

7. Всесторонне изучение опыта других организаций в подготовке сотрудников для выполнения аналогичных трудовых операций.

При использовании названных методов определяется содержание и структура процесса обучения. Во многом это связано с формированием группы сотрудников, направляемых на обучение, выбор преподавателей и применяемых педагогических технологий. Процесс обучения строится исходя из выявленных производственных потребностей в соответствующем уровне подготовке работников [5, с. 42].

Важную роль в процессе обучения немаловажную роль играют вспомогательные условия:

1. Наличие специальных помещений и технических средств для отработки выполнения трудовых операций с обеспечением соответствующей техники безопасности.

2. Реализация текущего контроля за выполнением учебных программ и проверка уровня усвоенных навыков работы сотрудниками в форме проведения контрольных работ, выполнения самостоятельных письменных работ с анализом отдельных аспектов деятельности. Могут проводиться деловые игры и групповые обсуждения важнейших трудностей деятельности данной организации [1, с. 167].

Завершающий этап процесса обучения персонала – оценка эффективности персонала, которая заключается в анализе влияния обучения на конечные результаты работы сотрудников. Для такой оценки могут использоваться методы по изучению результатов тестирования обучающихся лиц (тестирование проводится до начала обучения и после него), осуществляется наблюдение за поведением на рабочем месте обученных работников с анализом их отношения к предпринимаемым инновациям в организационных процессах. Возможна также оценка степени удовлетворения слушателей учебной программой, а также определение степени эффективности удовлетворения запросов организации в подготовленных кадрах [4, с. 385].

В современных условиях стремительного развития науки и техники существует необходимость в постоянном повышении уровня квалификации персонала организаций с возможной их переподготовкой, если этого требует специфика изменений в практической деятельности конкретных предпри-

ятий. Тем самым обеспечивается приобретение сотрудниками новых знаний и умений, что происходит путем реализации следующих методов обучения:

1. Обучение на рабочем месте с поддержанием непрерывной связи с производственными функциями (это необходимо для повторения и закрепления изученного материала).

2. Инструктаж, который выражается в разъяснении и демонстрации приемов работы непосредственно на рабочем месте, что ориентировано на освоение конкретных трудовых операций или процедур.

3. Ротация, то есть временное перемещение сотрудника на другую должность с целью приобретения новых навыков, что, в частности, применяется с целью обучения сотрудников по нескольким профессиям.

4. Наставничество опытных сотрудников по отношению к новым сотрудникам для демонстрации на конкретных примерах выполняемых функций [3, с. 197].

Ученичество и наставничество (коачинг) применяется в тех случаях, когда практический опыт играет исключительную роль в подготовке специалиста.

Могут быть использованы методы обучения вне рабочего места, что дает возможность обучающимся абстрагироваться от ситуации на рабочем месте и выйти за рамки традиционного поведения для формирования новых профессиональных компетенций [7, с. 54].

При рассмотрении теоретического материала приемлемым методом обучения выступает организация лекционных занятий. Это должно быть дополнено анализом практических ситуаций. В основе такого анализа лежит дискуссия, в которой рассматриваются разные точки зрения с нахождением конструктивных вариантов решения выявленной проблемы. Преподаватели организуют деловые игры с моделированием специфики трудовых ситуаций. Проводятся конференции и семинары по вопросам дальнейшей работы. Формируются группы по обмену практическим опытом между сотрудниками.

Самостоятельное обучение является одним из важнейших вспомогательных средств усвоения особенностей работы сотрудниками посредством усвоения прикладной информации путем использования современных информационных технологий. Процессы обучения и самообучения должны быть учтены в реализации функции мотивации сотрудников со стороны руководства организации, что может проявляться в повышении оплаты труда за усвоением новых способов продуктивной деятельности.

Инновационные педагогические технологии воплощаются в применении методов обучения, которые классифицируются по разным основаниям:

1. В зависимости от методики обучения они могут быть пассивными и активными (с преобладанием самостоятельного усвоения учебного материала).

2. В зависимости от численности обучающихся сотрудников – это индивидуальные и групповые.

3. По отношению к выполняемым трудовым обязанностям – с отрывом от производства и без отрыва от него.

4. По длительности можно выделить долгосрочное и краткосрочное обучение.

Названные методы обучения не исключают друг друга и могут дополнять друг друга, так как обучение в процессе работы часто совмещается с обучением в других организациях или учебных заведениях. При этом сознательно меняется среда, работник оказывается в специфической среде обучения в специальном учебном заведении или проходит обучение на своем рабочем месте.

Комплексное локальное бизнес-образование строится из нескольких составных частей:

1. Установление подходов к обучению с определением его направлений. Выявляются формальные и неформальные подходы. К первому относят обучение, которое проходит под руководством инструктора или преподавателя – очное и в виртуальных классах, формальные курсы e-learning, симуляции и пр. Неформальное обучение посредством использования возможностей социальных сетей; использование коучинга и пр. [9, с. 89].

2. Определение перечня преподаваемых дисциплин и модулей. Строятся модели компетенций, необходимых для выполнения сотрудниками тех или иных конкретных ролей. Происходит разработка системы управления знаниями и инновациями.

3. Установление специальных технологий и инструментов обучения. К таким инструментам LMS – системы управления обучением, LCMS – системы управления учебным контентом, инструменты для разработки электронного учебного контента (authoringtools), инструменты для совместной работы, социальные сети, средства для проведения вебинаров и онлайн-конференций, виртуальные классы, мобильные технологии, поисковые инструменты и инструменты для работы с метаданными, технологии для аналитики [6, с. 132].



Корпоративная культура – фактор, способствующий эффективному обучению, так на ее основе происходит планирование развития отдельных сотрудников, управление талантами, с удовлетворением пожеланий потребителей, а также поощрение стремления к инновациям при поддержании тесного сотрудничества в коллективе.

Развитие персонала – это совокупность мероприятий, направленных на повышение квалификации и уровня эффективности деятельности, а также совершенствование психологических характеристик работников.

Данное развитие включает ряд направлений функция управления кадровым составом организации:

1. Обучение, связанное с обеспечением специалистами необходимых знаний, навыков и практического опыта. Руководство организации должно поддерживать способных к обучению работников с распространением знаний и передового опыта.

2. Дополнительное обучение с целью освоения персоналом качественно новых видов технических средств и различных инновационных способов ведения работы.

3. Переподготовка персонала для обучения выполнять качественно новых функций деятельности.

Последнее из названных направлений осуществляется с целью предоставить работникам возможности получить новую для них специальность.

Профессиональное развитие оказывает положительное влияние и на самих сотрудников, так как приобретая новые навыки и знания, они становятся более конкурентоспособными на рынке труда и получают дополнительные возможности для профессионального роста во внутренней и внешней среде организации.

В зависимости от организационного оформления и целей обучения можно выделить два вида профессионального образования. Во-первых, может происходить обучение без конкретной специализации с получением общепрофессиональных знаний независимо от уровня квалификации обучающихся. Во-вторых, с конкретной специализацией – помимо основных профессиональных знаний, предусматривается специализация по определенным направлениям и проблемам.

В производственном образовании «применение инновационных технологий обеспечивает повышение качества образования» способствует индивидуализации процесса обучения. Во многом это зависит от специфики формирования «инфраструктуры развития и поддержки модернизации бизнес-образования» на предприятиях.

При формировании системы повышения квалификации сотрудников, составляется план развития уровня образования персонала, который включает два наиболее важных элемента.

Во-первых, устанавливаются цели обучения, которые подразделяются по:

- рабочим местам с учетом специфики должностных обязанностей, которые должны выполняться после обучения;

- отдельным профессиям без указания на определенные должности;

- областям деятельности с установлением конкретных навыков, которые должны быть приобретены без прямого отношения к какой-либо должности.

Во-вторых, меры, необходимые для достижения названных целей, со стороны:

- предприятия при финансировании со стороны работодателя (происходит обучение на предприятии, организация курсов и семинаров вне предприятия, участие в научных конгрессах, систематическое варьирование занятий и пр.);

- сотрудников, которые принимаются ими в свободное время и полностью или преимущественно ими финансируются (например обучение в вечернем учебном заведении, самообучение, заочное обучение в вузе и пр.).

Различают два типа планов обучения персонала:

1. Стандартный план, которые разрабатывается для достижения одной или нескольких целей образовательной деятельности в отношении нескольких или большинства сотрудников. Такой план является приемлемым при одинаковых организационных условиях данного образования, а также при использовании аналогичных планов обучения для большинства кадрового состава.

2. Индивидуальный план образования разрабатывается для каждого сотрудника при существенных различиях в их трудовых функциях.

В план освоения специфики рабочей специальности могут быть включены следующие мероприятия по инновационному преобразованию деятельности кадрового состава:

1. Представление нового сотрудника остальному персоналу с целью создания основы для будущего делового взаимодействия. Проводится обучение специфики деятельности предприятия, организации производства, экономики, технологии, социальных условий труда, техники безопасности.

2. Проведение бесед с теми должностными лицами, чьи полномочия тесно связаны с работой нового сотрудника.

3. Проведение практических занятий для демонстрации особенностей работы на конкретном рабочем месте.

При этом в основу реализации данного плана закладывается принцип непрерывности повышения квалификации каждого сотрудника в течение всей его производственной деятельности. При этом, повышение квалификации на производстве производилось в форме организации производственно-технических курсов; целевых курсов для освоения новой техники и технологии. Могут создаваться школы по изучению передовых методов труда.

Для последующего повышения квалификации сотрудниками может проводиться ежегодное обучение по актуальным вопросам профессиональной деятельности. Возможно периодическое обучение (в соответствии с потребностями, но не реже установленной для каждой категории лиц периодичности) по специальным профессиональным образовательным программам для поддержания квалификации. Это способствует ознакомлению с новой техникой и прогрессивными технологиями, эффективными приемами управления и анализа производства. Также проводится стажировка для изучения передового опыта, приобретения профессиональных и организаторских навыков для выполнения обязанностей по занимаемой должности. Стажировка может быть отдельным разделом дополнительного образования.

#### Литература

1. Байбакова Т.В., Суворова Л.А. Значимость деловых игр при подготовке персонала в области риск-менеджмента // Экономика и управление: проблемы, решения. – 2015. – № 12. – С. 166–169.
2. Кайль Я.Я., Епинина В.С. Совершенствование системы государственного управления и его влияние на состояние социально-экономического развития субъектов РФ (на примере субъектов РФ ЮФО) // Бизнес. Образование. Право. Вестник Волгоградского института бизнеса. 2013. № 4 (25). – С. 216–224.
3. Кайль Я.Я., Епинина В.С., Ламзин Р.М. Система информационного обеспечения как фактор повышения результативности публичного управления // Материалы международной научно-технической конференции «Перспективы применения инновационных технологий в сфере архитектуры и строительства» (посвященной 50-летию Самаркандского государственного архитектурно-строительного института). Книга II. – 2016. – С. 196–199.
4. Кайль Я.Я., Епинина В.С., Манякин А.А. Проблемы кадрового обеспечения органов местного самоуправления и пути их решения // Региональная экономика. Юг России. – 2008. – № 9. – С. 380–388.
5. Кайль Я.Я., Ламзин Р.М. Инновационные информационные технологии государственного регулирования малого предпринимательства // Электронный научно-образовательный журнал ВГСПУ «Грани познания». № 4(47). Октябрь 2016. – С. 40–44.
6. Ламзин Р.М. Специфика функционирования и развития муниципального управления социально-экономическими процессами // Актуальные проблемы современной экономической науки: теоретический и практический взгляд: сб. науч. тр. / редкол. Я.Я. Кайль (отв. ред.) и др.; Волгогр. гос. соц.-пед. ун-т, Фак. упр. и экон.-технол. образования, Каф. упр. персоналом и экономики в образовании. – Волгоград: Изд-во ВолГУ, 2016. – С. 130–140.
7. Мерзликина Г.С., Пшеничников И.В., Полина О.С. Повышение инновационного потенциала организации с использованием ключевых компетенций // Известия Волгоградского государственного технического университета. – 2016. – № 7. – С. 54–56.
8. Морозова Н.И. Принятие управленческих решений: этические аспекты // Austrian Journal of Humanities and Social Sciences. – 2014. – № 3-4. – С. 255-257.
9. Korobov S.A., Epinina V.S., Aslanjan A.A. Implementation of QR-technology in academic process of management-education // European Journal of Natural History. 2016. – № 5. – С. 88–90.

УДК 338.2

**Ю.В. Дулин, аспирант**

*Научный руководитель: Е.Г. Жулина, д-р экон. наук, доцент  
г. Саратов, Саратовский социально-экономический институт (филиал)  
Российского экономического университета им. Г.В. Плеханова*

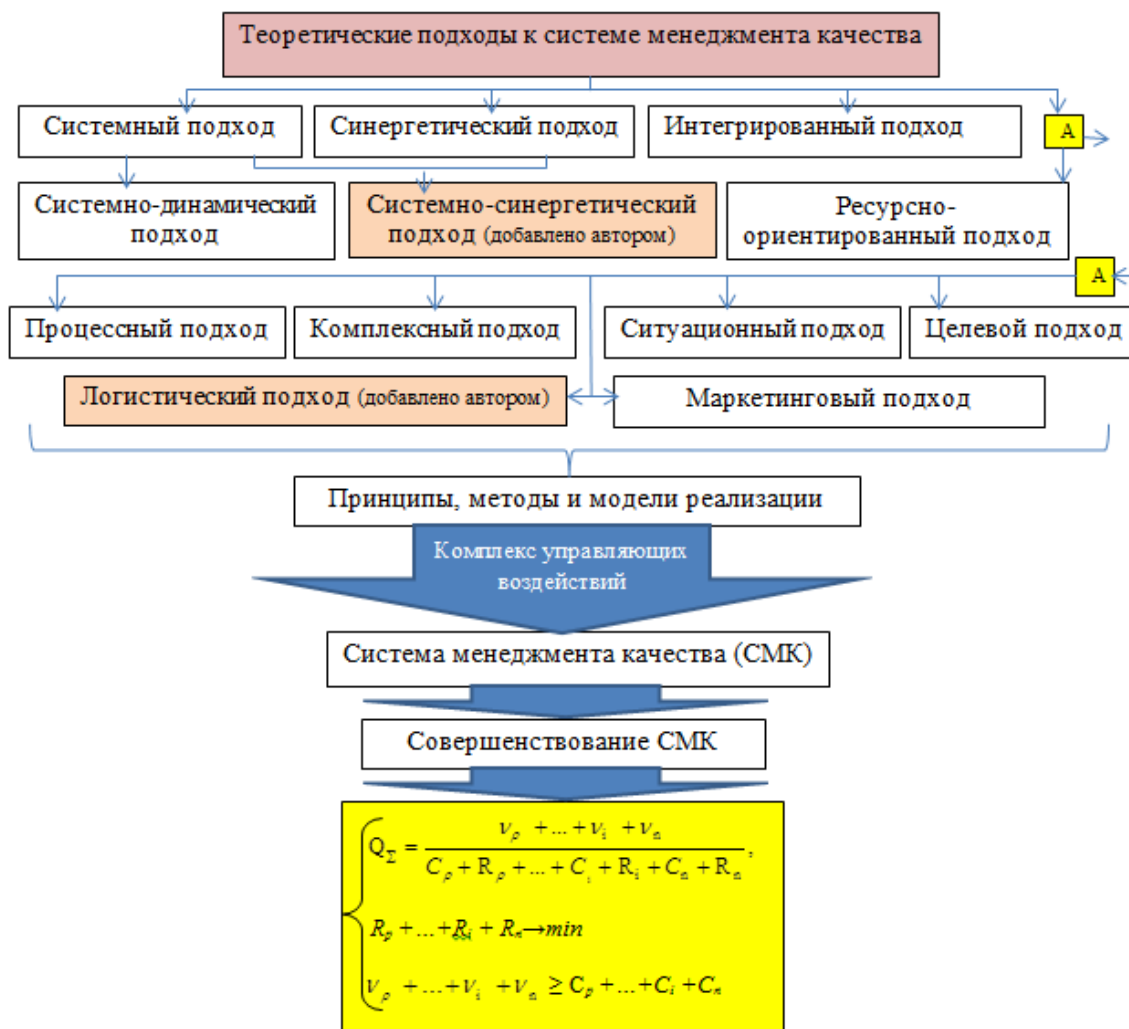
## ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К ПРОЦЕССУ УПРАВЛЕНИЯ КАЧЕСТВОМ НА ПРЕДПРИЯТИИ

В современных условиях хозяйствования основными проблемами, стоящими перед промышленными предприятиями, является формирование эффективных систем управления качеством, выступающих важнейшим фактором роста эффективности удовлетворения потребностей клиентов и конкурентоспособности предприятий.

Широта и многогранность изучаемой проблемы эффективного управления качеством на предприятии требует интегрированного рассмотрения, в основе чего лежит комплекс взаимодополняющих друг друга подходов, позволяющих выделить основные тенденции проблемы и ее развития. Данный комплекс дает возможность целостного, многоаспектного исследования вопросов совершенствования систем качества на предприятии, который должен отвечать следующим содержательным характеристикам: подходы, составляющие основу исследуемой проблематики должны быть взаимодополняющими, обоснованными с точки зрения целесообразности контекстного применения; инструментарий реализации, используемых подходов должен взаимодополнять друг друга, обеспечивая целостное рассмотрение постановки и решения проблемы; подходы конкретизируются и уточняются на более низком уровне анализа, раскрывая механизмы их реализации.

Анализ научных трудов в области теории и методологии управления качеством, разработок теоретико-методологического инструментария формирования эффективных систем управления качеством на предприятии ведущих отечественных и зарубежных ученых дает возможность прийти к выводу о необходимости комплексного использования положений следующих научных подходов к решению поставленных проблем: системного, процессного, интегрированного, комплексного, ресурсно-ориентированного, синергетического, целевого, ситуационного, логистического и маркетингового подходов.

Автором предложены теоретические подходы к системе управления качеством, которые представлены на рисунке 1.



Условные обозначения:

$v_p, C_p$  - ценность и стоимость произведенного товара;  $R_p$  - риски потребителя, связанные с товаром (в т.ч. риски, связанные с дефектом товара);  $C_i, v_i, R_i$  - ценность, стоимость и риски, добавленные  $i$ -м участником ЦП (цепь поставок);  $C_n, v_n, R_n$  - ценность, стоимость и риски, добавленные конечным звеном ЦП.

Рис. 1. Теоретические подходы к системе управления качеством

Рассмотрим теоретические положения основных подходов к системе управления качеством.

Системный подход – подход, при котором любая система (явление, процесс) рассматривается как совокупность взаимосвязанных и взаимодействующих элементов (компонентов) для достижения единой цели, имеющая развитые связи с внешней средой и обратную связь. Особенностью подхода является рассмотрение процесса обеспечения качества не отдельных элементов, а всей системы и выявление основных эффектообразующих факторов, воздействуя на которые можно достичь максимальной эффективности своих предложений с точки зрения ценности для потребителя [4].

Системно-динамический подход представляет собой конкретизацию и приложение системного подхода к исследованию, разработке и обоснованию мероприятий, направленных на придание большего динамизма в развитии систем управления качеством на предприятии [1]. Отличительными чертами данного подхода являются: использование системной динамики для моделирования процессов обеспечения качества на предприятии, позволяющей описать сложные перекрестные взаимозависимости между отдельными характеристиками процесса в виде визуализированного графа, отражающего движение материальных и финансовых потоков компании во времени; одновременный анализ процесса управления качеством по всей цепочке поставок; учет влияния многообразия факторов, влияющих на достижение целевых установок; реализация модели, предназначенной для оценки экономической эффективности мероприятий по повышению уровня качества; возможность оценки влияния риск-эффектов на достижение запланированного уровня качества [1].

Синергетический подход становится доминирующим при моделировании, прогнозировании процессов обеспечения заданного уровня качества, а также при формировании стратегии и осуществлении стратегического планирования. Учитывая способность системы к самоорганизации, можно перейти на качественно новый уровень управления для достижения целевых установок, управляя способностью системы к самоорганизации. Подход предполагает получение синергетического эффекта, т.е. большего эффекта от взаимного усиления связей подсистем СМК, что обеспечивает понимание сущности процесса достижения максимальной эффективности и позволяет выработать механизм управления эффективным функционированием СМК на предприятии.

Проблемы, выявленные в исследовании относительно подходов к процессу управления качеством, доказывают необходимость симбиоза системного и синергетического подходов. Следовательно, исследование указанной проблематики целесообразно проводить в рамках системно-синергетического подхода, позволяющего выработать инструментарий управления процессом обеспечения качества, направленный на достижение синергетического эффекта, что с одной стороны, позволяет описать все системообразующие процессы для выявления диапазона оптимальных значений доминантных факторов и активизации резервных возможностей, разработать механизм управления, направленный на повышение совокупного эффекта от СМК. С другой стороны, доказывает необходимость рассмотрения многих процессов с позиции синергетики в силу их нелинейности, а в силу подверженности систем и ее элементов флуктуациям определить тенденции самоорганизации и наличия альтернативности путей развития системы с позиции достижения целевых установок.

Целевой подход базируется на согласованном управлении по целям и предполагает определение системы целей СМК или планируемых результатов деятельности, формирование на этой основе множества решаемых задач, а также измерение конкретных результатов по этапам достижения поставленных целей.

Процессный подход – подход определяющий рассмотрение деятельности как сети бизнес-процессов, где сам процесс становится распределенным регулятором качества составляющих его процедур, ориентированным на определенного потребителя. Данный подход позволяет выявить внутренние резервы организации на границах функциональных обязанностей отдельных подразделений. Статические процессные модели позволяют описать всю деятельность организации в виде бизнес-процессов, установить между ними связи, распределить ответственность за выполняемые функции между подразделениями в рамках организации и персоналом внутри подразделений [3].

Рост конкуренции по многим сегментам рынка, а именно ее неценовой формы с ориентацией на качество, увеличение требований к соответствию запросов потребителей фактическим параметрам товаров и услуг, необходимость максимального удовлетворения потребностей целевого сегмента обусловили необходимость интегрированного подхода к системе управления качеством. Подход обеспечивает: усиление взаимосвязей между отдельными элементами системы управления качеством, стадиями жизненного цикла продукции, уровнями управления; усиление экономических взаимосвязей между производством и потреблением с ростом влияния конечного пользователя на процесс производства; возрастание роли потребителя в оценке качества продукции и затрат на ее производство и потребление.

Комплексный подход предполагает учет и анализ множества взаимосвязанных аспектов процесса управления (технических, экологических, экономических, организационных, социальных, психологических и др.).

При ресурсно-ориентированном подходе к управлению качеством основное внимание уделяется внутренним аспектам процесса обеспечения качества, оптимизации ресурсопотоков, формированию внутренних резервов, что способствует формированию ключевых компетенций, обеспечивая конкурентное преимущество, долговременную рентабельность и эффективность бизнеса.

Ситуационный подход предполагает выбор наиболее эффективных методов, инструментов, концепций в соответствии с конкретной ситуацией, позволяющий определить тенденции развития, диагностировать состояние и осуществлять имитацию сценариев будущего развития для достижения максимальной эффективности систем управления качеством.

Логистический подход обеспечивает оптимальное управление ресурсопотоками процессов обеспечения качества при их организации, синхронизации, взаимосогласовании с минимальными ресурсозатратами при достижении целевых установок.

Одним из направлений совершенствования управления качеством продукции, является включение в систему управления качеством механизма маркетинговой деятельности с ориентацией системы на потребителя, что предполагает применение маркетингового подхода к обеспечению качества. Основной целью подхода является создание условий для снижения издержек производства на единицу полезного эффекта потребительной стоимости и, тем самым, повышение степени удовлетворенности потребителей за счет увеличения ценности и уровня качества продукции, что открывает широкие возможности для действия закона потребительной стоимости [5].

Однако не стоит забывать, что анализ и реализацию рассмотренных подходов к процессу управления качеством необходимо осуществлять в рамках последовательного алгоритма, представленного на рисунке 2.



Рис. 2. Схема алгоритма анализа и реализации общенаучных и частных подходов к управлению качеством на предприятии

Таким образом, выбор научных подходов был обусловлен тем, что:

1. системный и синергетический подходы позволяют выявить сущностные характеристики, закономерности и принципы концепции эффективного управления качеством на предприятии, определяющие специфические требования к формам и содержанию, уровням и образующим связям предмета исследования, построить и обосновать теоретические модели;

2. комплексный и процессный подходы обеспечивают комплексную разработку теоретических основ формирования систем качества на предприятии в соответствии с целевыми ориентирами;

3. интегрированный, ресурсно-ориентированный и ситуационный подходы позволяют разработать теоретические аспекты оптимизации процессов управления качеством и ресурсов по его обеспечению в рамках всей цепи поставок с учетом конкретной ситуации;

4. логистический и маркетинговый подходы обеспечивают достижение предприятием целевых установок при максимальной эффективности своих предложений с точки зрения ценности для конкретного потребителя и минимальных затратах на их достижение.

#### **Литература**

1. Акопов, А.С. Системно-динамический подход в управлении инвестиционной деятельностью нефтяной компании / А.С. Акопов // Аудит и финансовый анализ. – 2006. – № 2. – С. 153–188.
2. Загидуллин, Р.Р. Оптимальное управление качеством: Монография / Р.Р. Загидуллин. – Ст. Оскол: ТНТ, 2012. – 124 с.
3. Круглов, М.Г. Менеджмент качества как он есть / М.Г. Круглов, Г.М. Шишков. – М.: Экспо, 2006. – 544 с.
4. Минько, Э.В. Менеджмент качества / Э.В. Минько, А.Э. Минько. – СПб.: Питер, 2013. – 272 с.
5. Набоков, В.И. Маркетинговый подход к управлению качеством образовательных услуг вуза / В.И. Набоков, О.А. Грицова // Аграрный вестник Урала. – 2015. – № 7 (137). – С. 86–90.

**УДК 330.5**

***А.С. Думцева, студент***

*Научный руководитель: И.В. Кузнецова, канд. экон. наук, доцент  
г. Саратов, Институт развития бизнеса и стратегий Саратовского государственного  
технического университета им. Гагарина Ю.А.*

### **ФАКТОРЫ, ВЛИЯЮЩИЕ НА СБЫТОВУЮ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ, И РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ПОВЫШЕНИЮ ЕЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ**

Сбыт продукции – это завершающаяся часть коммерческой деятельности организации. На этапе сбыта выявляются предпочтения покупателей и средства достижения поставленных целей.

Существует несколько причин, по которым организация сбытовой деятельности важна для предприятия:

- от объема реализации продукции зависит величина таких показателей деятельности предприятия, как: уровень и динамика доходов от основной деятельности, величина прибыли и уровень рентабельности;

- от объемов и интенсивности сбыта зависит непрерывность производства и материально-технического его обслуживания, поскольку часть полученной от реализации продукции выручки идет на пополнение запасов сырья и материалов для дальнейшего производства.

Во время сбыта окончательно определяются результаты работы, направленные на увеличение объемов работы и получение максимально возможной прибыли.

Коммерческая деятельность в области сбыта продукции на предприятии очень разносторонняя, она начинается с противопоставления интересов предприятия-производителя с требованиями рынка. Снижение издержек производства возможно достичь при больших объемах производства и небольшом ассортименте выпускаемой продукции. Рынок, в свою очередь, требует другого: потребителям нужен большой выбор качественной, разнообразной продукции с разными потребительскими свойствами по оптимальной цене. Окончательный этап производственной программы предприятия, ассортимент, качество продукции должны определяться платежеспособностью и доходами потребителей: предприятий, фирм и населения [1, с. 43].

Усложняет производственный процесс увеличение ассортимента продукции, при выпуске незначительных партий изделий увеличивается первоначальная стоимость каждого изделия, усложняется организация управления, в некоторых ситуациях необходима постоянная переналадка оборудования. Вот почему, для того чтобы связать интересы фирмы-изготовителя и рынка, требуется планирование ассортимента продукции, как новой, так и ранее выпускавшейся в компании. Важной составной частью коммерческой деятельности промышленного предприятия является планирование ассортимента. Эта работа должна выполняться отделом сбыта в тесном взаимодействии с отделом маркетинга организации.

Планирование сбыта продукции является составной частью коммерческой деятельности. В него входит:

- разработка плана по сбыту продукции;
- организация работы по формированию портфеля заказов;
- идентификация наиболее оптимальных каналов реализации продукции;
- распределение товаров по потребителям в разрезе регионов.

План сбыта разрабатывается предприятиями, выпускающими продукцию на «свободный рынок».

Предприятия-изготовители, производящие и поставляющие продукцию на «известный» рынок, то есть по заказам государства и долгосрочным контрактам, формируют портфель заказов.

Прогноз объема сбыта является базой плана сбыта и разрабатывается предприятием-изготовителем.

Зависимость между предложением товара на рынке и его сбытом необходимо знать производителю своего товара. Предложение товара можно определить: его ценой и ценами других похожих товаров; технологией, которая применяется для изготовления товара; уровнем налогов и дотаций; природно-климатическими условиями. Спрос покупателей товара предприятия, как и сбыт этого товара, зависят в основном от его цены, уровня дохода покупателей, вкусов и предпочтений, а также сезонность потребления товара [2, с. 36].

Оперативно-сбытовая работа имеет большое значение. Она связана с приемом готовой продукции изготовителей и отгрузкой ее покупателям. Эта часть сбыта продукции является окончательной и приносит предприятию реальные результаты.

В этой деятельности большую роль играет транспортный фактор.

Основной целью изучения товара является производство организацией товаров, максимально удовлетворяющих запросы потребителей и приносящих высокую прибыль. Для того, чтобы решить эту проблему нужно:

- определить соответствие вкусам и потребностям покупателей выпускаемую или намеченную к производству продукцию;
- выявить недостатки и достоинства продукции;
- сравнить качество и свойства товаров данной организации с соответствующими характеристиками товаров конкурентов;
- прогнозировать перспективы изменения требований рынка к характеристикам и качеству выпускаемых предприятием изделий.

В сфере производства при изучении свойств и качества продукции необходимо уделять внимание возможностям применения достижений научно-технического прогресса. Важно очень быстрое обновление ассортимента продукции, обусловленное развитием науки и техники.

Емкостью и перспективами развития определяется потенциал рынка. Для конкретного товара в него включается используемый рынок и не используемый.

Емкость рынка бывает потенциальной и реальной. На показатель емкости рынка оказывают влияние такие факторы как:

- изменение товарных цен;
- модернизация продукции и выпуск новой продукции;
- организация послепродажного обслуживания, обеспечение клиента большим набором услуг и в более короткий срок, чем конкуренты;
- улучшение организации сбыта и качества сбытового аппарата;
- уровень подготовки сбытового персонала;
- правильный выбор каналов сбыта;
- грамотная реклама;
- стимулирование сбыта [3, с. 64].

Реализация функций сбыта выполняется при должном обеспечении соответствия друг другу шести пунктов: груз, качество, количество, время, затраты, пункт назначения. Для достижения необходимых результатов следует выполнить комплекс мероприятий по:

- рационализации тары и упаковки;
- пакетизации грузовых единиц и контейнеризации перевозок;
- реализации эффективной системы складирования;
- оптимизации величины заказов и уровня запасов готовой продукции;
- планирования наиболее выгодных маршрутов перемещения грузов на магистральном транспорте;
- и тому подобное.

И все это необходимо для доставки товаров в нужном количестве, в необходимое время и место.

Системный подход – это ядро логистики сбыта по планированию, организации и контролю всех операций по перемещению и складированию потока готовой продукции от производственной линии до прибытия продукции на рынок.

Основная концепция системного подхода основана на принципах логистики и маркетинга, к которым относятся:

- полное изучение рынка и учет его требований при принятии хозяйственных решений;
- максимальная адаптация производственной и коммерческой деятельности к требованиям рынка;
- оптимизация движения внутренних и внешних материальных и информационных потоков, направленная на достижение с небольшими затратами максимальной приспособленности предприятия к изменяющейся рыночной обстановке;
- получение преимуществ перед конкурентами;
- повышение рыночной доли и прибыли предприятия [4, с. 86; 5, с. 123].

Достижение желаемых результатов сбытовой деятельности требует их четкого описания и осознанную ориентацию предприятия на их учет в перспективе. Сбытовая направленность организации предполагает слаженную работу всех его подразделений и служб. Это может быть успешно достигнуто на основе логистического моделирования [6, с. 194].

Сбытовая система является продуктом деятельности человека. При организации системы сбыта большую роль не исключает действие объективных факторов и сил. Наоборот, создать эффективную систему сбыта, можно при сочетании объективных закономерностей и субъективных желаний. Реализация таких желаний становится наиболее возможной, если они не противоречат законам общества.

Логистическое моделирование сбыта обеспечивает необходимое повышение эффективности сбытовой деятельности при соблюдении определенных принципов, называемых принципами логистического моделирования.

#### Литература

1. Жулина Е.Г. Понятие эффективности деятельности организации / Е.Г. Жулина // Актуальные проблемы и перспективы развития экономики, менеджмента и образования: Материалы II международной научно-практической конференции (г. Саратов, 21 октября 2015 г.). – Саратов: Институт исследований и развития профессиональных компетенций, 2015. – 136 с.
2. Жулина Е.Г. Конкурентоспособность организации: факторы и проблемы управления / Е.Г. Жулина, Т.Л. Мягкова // Фундаментальные и прикладные исследования кооперативного сектора экономики. – 2016. – № 5. – С. 34–37.
3. Кузнецова И.В. Факторы, влияющие на сбытовую деятельность организации / И.В. Кузнецова // Актуальные проблемы и перспективы развития экономики, менеджмента и образования: Материалы II Международной научно-практической конференции (Саратов, 21 октября 2015 г.) / под общей ред. О.А. Титовой. – Саратов: ИИРПК, 2015. – С. 62–66.
4. Модернизация современной экономики России: некоторые аспекты теории, методологии и практики: колл. монография / Е.А. Юрманова, Е.Г. Жулина, Р.К. Аблязов и др.; отв. редакторы О.Б. Мизякина, Т.Л. Мягкова. – Саратов: ОО «Буква», 2014.
5. Развитие систем управления инновационными стратегиями бизнеса в экономике России: коллективная монография / Е.А. Кряквина, Е.Г. Жулина, Н.А. Воронина и др.; под ред. д-ра экон. наук, проф. Е.Г. Жулиной. – Саратов: ИИРПК, 2017. – 163 с.
6. Хачатрян Г.А. Основы менеджмента: учеб. пособие / Г.А. Хачатрян. – Саратов: Амирит, 2017. – 294 с.

УДК 331.108

**Е.В. Егорова, студент**

*Научный руководитель: С.А. Соколова, канд. экон. наук, доцент  
г. Волгоград, Волгоградский государственный технический университет*

### **ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ ТРУДА ПЕРСОНАЛА В ЦЕЛЯХ УЛУЧШЕНИЯ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ ПРЕДПРИЯТИЯ И РЕГИОНА**

В современном мире очень остро стоит необходимость увеличения уровня эффективности работы персонала в организациях. Как известно, в настоящее время для прогресса общество должно руководствоваться некими правилами:

- регулярное повышение уровня квалификации работников;



- совершенствование знаний и навыков кадров;
- непрерывный поиск путей увеличения производительности.

Неминуемо каждый руководитель сосредотачивается над улучшением деятельности своих подчиненных, с целью повышения эффективности их работы. Довольно известным является тот факт, что основным составляющим каждой системы управления является принцип делегирования полномочий, суть которого состоит в перераспределении начальником своих обязанностей между подчиненными в целях достижения определенного эффекта. Конечно стоит отметить, что для достижения не так уж и важного результата, управляющий может самостоятельно справиться с поставленной задачей. Однако в том случае, когда запланированный результат представляется труднодостижимым и нуждается в немалых затратах, одному эта работа может оказаться непосильной. Именно в этом случае менеджер имеет все основания для распределения своих обязанностей между подчиненными, учитывая все сильные стороны каждого сотрудника для максимально эффективного результата [3, с. 94].

Поэтому одним из наиболее важных моментов увеличения эффективности труда является опытное распределение функций между подчиненными. Кроме этого хочется отметить, что увеличение эффективности труда возможно лишь в небольшом количестве персонала. Например, было бы довольно неуместно использование сразу нескольких личных помощников одной квалификации, загруженных не в полную меру, что привело бы к ненужным, и тем более немалым затратам. Поэтому так необходимо уметь правильно провести анализ деятельности и уровня занятости рабочего персонала, чтобы при необходимости рационально уменьшить его численность.

Тем не менее существуют и другие обязанности управляющего [4, с. 284]. Не стоит забывать, что каждый сотрудник несет определенную ответственность за свою работу. Но в конечном счете, лишь главный управляющий отвечает за достижение поставленных целей. Но при этом каждый сотрудник должен нести ответственность за ту часть работы, которую он выполнял. Все работники должны помнить, что за неисполнение своих обязанностей отвечают они сами.

Хочется отметить еще одно немаловажное качество менеджера, это способность правильно трактовать отказы и возражения персонала. Так, если работник вдруг заявляет, что на поставленную задачу было выделено слишком мало времени, и он не в состоянии выполнить задание в срок, управляющий со своей стороны должен не давать поблажек и найти способ урегулирования данной проблемы. Однако делать это необходимо «не перегибая палку».

Деятельность персонала должна контролироваться и управляться [6, с. 218]. Для того, чтобы получить какой-либо результат от работника, необходимо грамотно разъяснить ему его задачи и обязанности. Иначе может возникнуть недопонимание, в результате которого может показаться, будто начальник пытается уволить своего подчиненного за невыполнение им его обязанностей. Главное грамотно объяснить работнику, как именно он должен работать и какие функции выполнять. Важной задачей менеджера является понимание того, способен ли работник выполнять часть его полномочий и соответствует ли уровень его подготовки для качественного достижения поставленных целей. Необходимо твердое знание того, что работник готов к выполнению этой работы.

Как известно, ключевой составляющей системы управления является контроль, который занимает достаточно весомую часть рабочего времени управленцев. Для того, чтобы сэкономить энергозатраты, разрабатывается определенная система контроля, которая доносится до каждого сотрудника компании. Таким образом, у управляющего появляется возможность не самому контролировать деятельность своих подчиненных, а всего лишь принимать от них отчеты о проделанной ими работе.

Стимулирование работников должно проходить для каждого в отдельности [5, с. 58]. Так, например, стоит в отдельности упомянуть, в чем именно заслуга работника, то, какие качества он проявил, которые помогли ему эффективно справиться с поставленной задачей. А также, чтобы не «сбавлять темпа», можно отметить, что с дальнейшим упорством и трудолюбием вполне возможно поощрительное вознаграждение в виде премии, либо даже повышение [2, с. 13].

Для достижения высокой продуктивности трудового коллектива, существуют несколько основных факторов:

- состав и численность персонала;
- установленные на предприятии стандарты поведения;
- трудовые отношения и способы управления.

Изучение практического опыта организации трудового процесса на предприятии позволило сделать вывод, что чем больше персонала будет контролироваться, тем продуктивнее будет работа. Полагаем, так оно и есть. Однако здесь стоит учитывать и количество затрат, необходимых для выплаты заработной платы каждому сотруднику.

Считается, что с такой точки зрения идеальной численностью персонала является 5–11 работников. По большому счету этого вполне достаточно для выполнения любых задач, так как в этом случае каждый сотрудник в курсе о слабых и сильных сторонах своих коллег. Рекомендуются, чтобы сформированная команда была как можно более «разношерстной». С такой моделью трудового коллектива не исключены разного рода обсуждения, дискуссии, споры, а иногда, возможно даже, прения, посредством которых могут появиться нестандартные решения проблем [7, с. 190]. Группы, состоящие из похожих людей, не всегда могут всесторонне и грамотно рассмотреть возникшую ситуацию.

В современных условиях убедительно доказали свою целесообразность в повышении эффективности трудового процесса на предприятии различные тренинги личностного и профессионального роста, обучающие тематические семинары [1, с. 151]. При этом активно рекомендуется применять инновационные и инновационно-информационные технологии в процессе обучения [3–7], что может позволить существенно повысить интеллектуальный и творческий потенциал персонала.

Однако во всем должна быть мера. Управляющий считается профессионалом своего дела, если способен вовремя остановить развивающийся креатив персонала, так как иногда возможен выход за рамки. Поэтому коллективизм иногда называют крайностью, не способной к зарождению новых идей и приводящей к снижению уровня работоспособности. Наиболее важным фактором, который влияет на увеличение и уменьшение эффективности труда, считаются взаимоотношения в команде.

Формирование плодотворного климата в коллективе довольно сложная задача менеджера, которую не стоит недооценивать. Ведь решения управляющего могут в корне изменить ситуацию в коллективе и поспособствовать повышению эффективности работы в целом.

#### Литература

1. Карапетян З.Ю. Как привлечь, удержать и мотивировать ценных сотрудников // Управление человеческим потенциалом. – 2011. – № 2. – С. 148–153.
2. Миронов Г.Э. Развитие системы нематериального стимулирования труда работников малых предприятий: автореф. дис. ... канд. экон. наук: 08.00.05. – Москва, 2012. – 25 с.
3. Соколова Н.Ф., Соколова С.А. Формирование компетенций, связанных с управлением инновациями на производстве у студентов экономических специальностей в процессе обучения на основе облачных технологий // Фундаментальные и прикладные исследования в современном мире. 2014. Т. 3. № 5. С. 91–95.
4. Соколова С.А., Варакина С.А. К вопросу об инновационных методах в образовании // Феномен человека. 2015. С. 284–287.
5. Соколова С.А. Использование инновационных технологий при подготовке студентов // Современная педагогика. 2014. № 11 (24). С. 56–60.
6. Соколова С.А. Применение инновационных технологий в системе образования // Актуальные проблемы развития вертикальной интеграции системы образования, науки и бизнеса: экономические, правовые и социальные аспекты: материалы III международной научно-практической конференции. Воронеж, 2015. С. 215–220.
7. Соколова С.А. Современные инновационно-информационные технологии в образовательном процессе // NovaInfo. 2015. Т. 1. № 36. С. 187–191.

УДК 336

*О.А. Ефименко, студент*

*Научный руководитель: С.П. Сазонов, д-р экон. наук, профессор  
г. Волгоград, Волгоградский государственный технический университет*

## СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ РЫНКА ИПОТЕЧНОГО КРЕДИТОВАНИЯ В ВОЛГОГРАДСКОЙ ОБЛАСТИ

В современном мире нет конкретного определения понятия «банковское кредитование на строительство и покупку жилья». Поэтому, банковский кредит на строительство и приобретение квартиры, согласно западным экономистам, включает заем площади для жилья в ипотеку для населения, а так же занятым организациям в процессе строительства жилья.

Ипотека – определенная форма залога, в которой недвижимое имущество заемщика находится в собственности должника. Главное условие ипотеки – платность и возвратность. Если должник не возвратит оговоренную сумму, то кредитор вправе изъять имущество, данное под ипотечное кредитование. Таким образом, можно сказать, что ипотека – это залог любого недвижимого имущества.

Понятия «ипотека» и «ипотечное кредитование» имеют разный смысл [1].

Ипотечное кредитование – банк выступает в виде кредитора, он выдаёт обговоренную сумму должнику на покупку недвижимого имущества, при этом данная недвижимость попадает под залог и становится гарантом возврата кредита. К недвижимому имуществу можно отнести: земельные участки, жилые дома, квартиры, дачи. Виды жилищных кредитов:

- 1) Кредиты на базе долевого строительства;
- 2) Кредиты на приобретение жилья по договору купли-продажи или в рассрочку;
- 3) Кредиты с льготными условиями при использовании средств бюджета, включенного кредиты ЖСК;
- 4) Кредиты в системе жилищных сберегательных программ;
- 5) Ипотечное кредитование.

Главной отличительной чертой ипотечного кредитования является то, что банк выдает кредит только под залог недвижимого имущества. Предметы ипотечного кредитования: земельные участки, сооружения, расположенные на земельных участках (предприятия, нежилые строения, жилые дома, коттеджи, садовые домики, гаражи, квартиры, строящиеся объекты), земельные участки вместе с объектами на них, а так же права на аренду земельных участков [3].

В ипотечном кредитовании существует запрет на использовании залога имущества находящихся в государственной собственности. Например, воздушного пространства, природных ресурсов (недр, лесов, внутренних водоемов), а также объекты, которые имеют историческую, культурную или иную ценность для государства. Жилищная политика проводится на основании льготного налогообложение на приобретение или постройку недвижимого имущества.

В лице кредитора могут выступать: ипотечные (земельные банки), коммерческие банки, а так же специальные кредитно-финансовые учреждения.

Преимущество ипотечного кредитования для заемщика:

- 1) Возможность покупки недвижимости при недостаточности собственных финансовых активов;
- 2) Продажа недвижимости находящийся в залоге, для покупки другой недвижимости;
- 3) льготного налогообложения.

С точки зрения банков ипотечное кредитование предполагает:

- 1) Надежность. Ипотечное кредитование обеспечивает снижение вероятности убытков;
- 2) Долгосрочность. Кредитование избавляет банк от краткосрочных ссуд на потенциальные вложение заемщиков;
- 3) Кредитные ресурсы. Банк может реализовать свои ресурсы на вторичном рынке кредитов, освобождая тем самым собственные ресурсы.

Таблица 1

**Проблемы ипотечного кредитования [1; 6]**

Проблема	Характеристика
Штат специалистов	Для того чтобы грамотно сделать оценку недвижимости необходимо иметь в штате специалистов по оценке либо обращаться в специализированные учреждения. Тем самым повышая издержки банка
Вторичный рынок	Из-за не развитости вторичного рынка, кредиты выдаются на 20-30 лет. Тем самым увеличивая издержки банка
Долгосрочный характер	При долгосрочном кредитовании повышается вероятность ошибки вычисления % ставки. При росте рыночных % ставок, банк может нести убытки.

По состоянию на 1.02.2016 г. из числа действующих 676 коммерческих банков, ипотечным жилищным кредитованием занимаются 572 банка, или 85%. Последствием данных событий является обострение конкуренции на рынке ипотечного кредитования. На рынке банковского жилищного кредитования лидирующие позиции занимают Сбербанк, ВТБ 24, Россельхоз банк, Группа Societe Generale, Банк Москвы, Газпромбанк (табл. 2).

Таблица 2

**Коммерческие банки-лидеры по ипотечному кредитованию в Волгоградской области**

№	Банк	Объем выданных ипотечных кредитов, млн руб.	Количество выданных ипотечных кредитов, штук	Темп прироста объема выданных кредитов с 01.01.2015 по 01.01.2016, %
1	Сбербанк	661800	433280	-28
2	ВТБ 24	198368	106116	-43
3	Россельхозбанк	37748	25071	-30
4	Газпромбанк	26839	11555	-58

Анализируя данные таблицы, можно сделать выводы о том, что первое место занимает банк ПАО «Сбербанк», он выдал более 661,8 млрд рублей. Второе место занимает крупнейший банк ПАО «ВТБ 24», который выдал 199,4 млрд рублей. На третьем месте оказался банк ПАО «Россельхозбанк», данный банк выдал 37,9 млрд рублей и четвертое место занял банк Газпромбанк, он выдал 30,3 млрд рублей. Газпромбанк опустился со второго места на четвертую строку рейтинга. По всем рассматриваемым банкам-лидерам наблюдается значительное снижение объемов выдачи ипотечных кредитов, но наибольшее снижение у Газпромбанка – более чем в 2 раза.

В связи с увеличением негативных социальных последствий, связанных с ростом просроченной задолженности по ипотечному кредитованию Правительством РФ, а так же Агентством по Ипотечному Жилищному Кредитованию была создана программа реструктуризации для определенных заемщиков, которые оказались в негативной финансовой ситуации. При этом, экономисты отмечают, что необходимость в большом количестве ипотечных кредитов уменьшилась и поэтому произошло снижение спроса на ипотечном рынке. По данным НБКИ, на сегодняшний момент около 13 миллионов человек имеют более двух потребительских кредитов одновременно. Из них более 3,3 тыс. человек оформили на себя по четыре кредита, а 626 тысячи – пять и более [5; 7].

Таким образом, можно предположить, что новые кредиты получены для погашения старых. А при снижении реальных доходов населения, а также падение потребительского спроса в условиях высокой закредитованности могут привести к трудностям с обслуживанием кредитов и, как следствие, росту вероятности дефолтов по кредитам.

Таким образом, можно сделать выводы о том, что рынок жилья в Волгоградской области переполнен. Люди все меньше берут ипотеку на покупку жилья, дабы не желая попасть в кредиторскую яму на 30 лет.

#### Литература

1. Сазонов С.П., Белоножкина Е.А. Анализ применения технологии бенчмаркинга в повышении конкурентоспособности банковских услуг // Финансовая аналитика: проблемы и решения. 2016. № 17 (299). С. 15–27.
2. Ипотечное кредитование на период 2016 года [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://pravopark.ru/grazhdanskoe/kredity-i-zajmy/ipotechnyj-kredit/vid.html> (дата обращения: 06.03.2017).
3. Ипотека и ее условия [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://terrafaq.ru/nedvizhimost/zalog/osobennosti-rossijskoj-ipoteki.html> (дата обращения: 06.03.2017).
4. Итоги развития жилищного и ипотечного рынков в 2015 году [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://www.ahml.ru/common/img/uploaded/spr\\_ipo\\_2015.pdf](http://www.ahml.ru/common/img/uploaded/spr_ipo_2015.pdf) (дата обращения: 06.03.2017).
5. Мартынюк В.Ю., Гулько А.А. Развитие банковского ипотечного кредитования в условиях замедления экономического роста // Экономика и предпринимательство. – 2015. – № 5-1 (58-1). – С. 1048–1050.
6. Статистика [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.nbki.ru/press/pressrelease/> (дата обращения: 06.03.2017).
7. Сазонов С.П., Езангина И.А., Евсеев Р.С. Экономическая безопасность кредитной организации: факторы, угрозы, направления укрепления // Финансовая аналитика: проблемы и решения. 2016. № 31 (313). С. 42–56.
8. Финансовые кризисы: история, современность, перспективы. Часть 1 / С.П. Сазонов, А.В. Лукьянова, А.И. Мордвинцев и др. Волгоград, 2013.

УДК 334.764:005.591.6:332.122

**Е.И. Загайнова, магистрант**

*Научный руководитель: А.С. Соловьева, канд. экон. наук, доцент  
г. Волгоград, Волгоградский государственный технический университет*

## КЛАСТЕРНЫЙ ПОДХОД КАК ИННОВАЦИОННАЯ МОДЕЛЬ РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ РЕГИОНОВ

Инвестиционно-инновационная деятельность является одним из факторов развития региона, а так же способствует повышению экономического и социального потенциала.

Для поддержания конкурентной среды, адаптации к изменяющимся условиям внешней и внутренней среды, а так же для устойчивого развития региона необходимо формирование новейших достижений науки и техники. В связи с этим инновационная деятельность и инновационная политика региона приобретает определяющее значение [1, с. 22].

Инновации – сложный экономический и организационный процесс, который связан с использованием двух потенциалов – научного, представляющий собой использование новых знаний, техноло-

гий, и интеллектуального – способность менеджмента внедрять и продвигать инновации. Важным элементом для реализации инноваций является инвестиционное обеспечение. Привлечение частных, государственных или смешанных финансовых средств могут компенсировать риски, обеспечить выход на более высокий уровень хозяйствования.

Переход экономики страны на инновационный путь развития является актуальным вопросом. Для осуществления поставленной задачи необходима разработка методов, которые позволят перестроить все сферы общественных отношений. Инновационная модель развития экономики требует формирования в стране и в регионах эффективного преобразования новых достижений науки в новые технологии, товары, услуги, которые будут иметь своих реальных потребителей на рынке.

Инновационное развитие необходимо начать в регионах, ведь именно регионы являются двигателем инновационной деятельности и развития всей страны. Для активизации инновационной деятельности регионов необходимо наладить тесную взаимосвязь между властями, научными институтами, финансовыми структурами, средствами массовой информации и потребителями.

На данный момент наблюдается неравномерное инновационное развитие регионов. Регионы, где осуществляются инновационные проекты, мало. Для привлечения участия регионов в инновационной деятельности необходимо создавать благоприятные условия и поощрять инновационно-активные регионы.

Региональные органы заинтересованы в повышении инновационного потенциала региона, так как инновационная деятельность способствует повышению конкурентоспособности, привлечению дополнительных денежных средств.

Для развития и реализации инновационной деятельности необходимо грамотное формирование инновационной политики в регионах. Целью региональной инновационной политики является стабилизация и подъем экономики, рационализация использования бюджета региона, создание благоприятных условий для инновационной деятельности.

Для реализации поставленных целей необходимо решение ряд задач:

- активизация инновационной деятельности для повышения конкурентоспособности и улучшения качества продукции;
- привлечение федеральных и внебюджетных инвестиций для реализации инновационных программ и проектов;
- стимулирование научно-технической деятельности, повышение уровня патентной защищенности продукции и технологий;
- повышение направленности инновационной деятельности на решение проблем регионального значения;
- развитие бизнес-планирования инновационной деятельности [1, с. 25].

Одним из способов активизации инновационной деятельности региона считается использование кластерного подхода. Кластерный подход подразумевает создание партнерских отношений между организациями, где они делятся новейшими разработками друг с другом и находятся в финансовом, техническом, организационном взаимодействии.

Мировой опыт развитых стран показывает эффективность и закономерность создания разного вида кластеров. В последние 10 лет создание кластеров стало важной частью в формировании государственной политики в области регионального развития во многих странах. За рубежом кластеры являются одним из действенных инструментов развития малого и среднего предпринимательства. Бурное развитие технологий, логистики, транспортных средств привело к тому, что передача информации, движение финансовых средств стали практически мгновенными, а транспортировка грузов – дешевой и быстрой. В связи с этим важнейшими факторами достижения превосходства над конкурентами становятся не только инновации и научные знания, но и взаимосвязи между предприятиями, создание кластеров.

Для создания кластеров необходимо ряд предпосылок:

- наличие совокупности предприятий, объединенных в рамках бизнес-процесса, которые используют конкурентные преимущества территории и ориентированы на развивающиеся сегменты рынка;
- наличие значительного количества предприятий малого и среднего бизнеса, которые используют разные, но с некоторыми общими чертами технологии, занимаются выпуском одного или нескольких видов продукции;
- наличие научных институтов, квалифицированных работников, свободных производственных помещений и инфраструктуры, необходимых для организации производства;

- развитая инфраструктура, необходимая для промышленного развития;
- региональная политика органов власти, влияющая на создание, поддержку и развитие кластеров.

Создание кластеров в регионах позволит повысить производительность предприятий, входящих в кластер, активно внедрять инновационные технологии, стимулировать на создание нового бизнеса, расширять границы кластера.

Можно выделить следующие преимущества для предприятий, входящих в кластер:

1. Снижение барьеров для входа в отрасль, снижение затрат на адаптацию к внешней среде.
2. Поддержка органов власти в решении общих вопросов.
3. Оптимизация производственно-технологических процессов.
4. Активизация инновационной деятельности, совершенствование технологий, тесная взаимосвязь с разработчиками.
5. Обеспечение более дешевой доступ к факторам производства – технологиям, оборудованию, персоналу.
6. Облегчает обмен информационными потоками, доступность к специализированным видам информации по маркетингу, технологиям.
7. Позволяет добиться более глубокой специализации поставщиков в результате изучения возможностей местного рынка.
8. Координация усилий и общему стремлению к совершенствованию, что повышает общее качество и эффективность работы всех участников.
9. Повышение эффективности совместного маркетинга, репутации региона в отрасли.
10. Быстро реагировать на новые потребности покупателей.
11. Преимущество в доступе к новым технологиям, методам работы и возможностям поставок.

Таким образом, создание кластеров выгодно как для самих предприятий, входящих в кластер, так и для экономики региона.

Показателями этого экономического развития региона могут являться:

- увеличение занятости,
- повышение заработной платы,
- рост отчислений в бюджеты различных уровней,
- повышение устойчивого развития региона;
- повышение конкурентоспособности региональной промышленности.

Не смотря на все преимущества создания кластеров в регионах, существует ряд факторов, препятствующих их развитию:

1. Низкий уровень развития инфраструктуры;
2. Несоответствие образовательных и научно-исследовательских программ потребностям экономики;
3. Отсутствие взаимосвязей между производством и образовательными, научными организациями;
4. Низкая эффективность отраслевых и профессиональных организаций;
5. Использование краткосрочного планирования, а при кластерном управлении возможны реальные выгоды через 5–7 лет.

Задача органов власти – способствовать развитию положительно влияющих факторов для создания и увеличения числа кластеров и преодолению препятствий, используя все возможные способы для создания благоприятного экономического климата в регионе.

Для поддержания и стимулирования кластерной политики в регионах органам федеральной исполнительной власти необходимо:

- оказывать информационную и аналитическую поддержку предприятиям, входящим в кластер;
- разрабатывать общую стратегию, включающую цели, задачи, направления развития кластерной политики;
- оказывать поддержку комплексных инициатив на конкурсной основе по развитию кластеров в регионе;
- оказывать поддержку в развитии международного сотрудничества в сфере кластерной политики [2, с. 143].

Региональные органы для развития экономики могут сделать следующее:

- проводить анализ конкурентоспособности продукции и услуг предприятий региона;

- на основе данных анализа найти точку экономического роста, что станет основой создания кластеров;
- оказывать поддержку предприятиям, входящим в кластер, в проведении маркетинговых и рекламных акций, в повышении конкурентоспособности и выходе продукции на межрегиональный и внешний рынок;
- способствовать взаимодействию кластеров с научными институтами, лабораториями.

В ряде регионов уже принимаются отдельные программы развития кластеров или создаются организационные структуры по их развитию. Однако существует проблема недостаточной разработанности нормативных актов, регулирующих кластерную политику.

Из вышесказанного, приходим к выводу, успешная реализация программ по формированию и стимулированию кластерных структур возможна исключительно при наличии общерегиональной стратегии развития. Региональные органы власти должны оказывать поддержку предприятиям-кластерам, выступать в роли коммуникатора, лидера кластерной сети. Деятельность региональных администраций сводится к эффективному согласованию интересов всех участников кластера, созданию условий и непосредственному объединению фрагментов региональной экономики вокруг ключевой конкурентоспособной деятельности.

Основные усилия региональных органов для реализации кластерного подхода должны быть направлены на промышленную и инновационную политику, стратегию и программы социально-экономического развития.

#### Литература

1. Ерохина Е.В. Инновационная активность региона: проблемы, оценка и возможности стимулирования // Общество: политика, экономика, право. – 2015. № 2. – С. 22–28.
2. Шаталов М.А., Ахмедов А.Э., Мычка С.Ю. Кластерный подход развития регионов // Территория науки. – 2015. – № 2. – С. 142–145.

УДК 336.14

**Г.Ф. Зайнуллина, студент**

*Научный руководитель: Э.Р. Ковалева, канд. экон. наук, доцент  
г. Казань, Казанский инновационный университет им. В.Г. Тимирязева*

## ОЦЕНКА КОНТРОЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ БАНКА РОССИИ

В современной экономике рыночного типа именно банковские институты являются основой национальной экономики. Поэтому их состояние определяет уровень развития территории. Ведь именно кредитные организации, управляя денежными потоками и финансовыми ресурсами, осуществляют перераспределение благ и способны ускорять темпы экономического развития страны и рост благосостояния населения. Важно отметить, что сегодня функции надзорного органа за банковским сектором отведены в ведение мегарегулятора, которым сегодня является Центральный банк РФ, который призван обеспечить финансовую стабильность в стране, обеспечение эффективности банковской деятельности и защиту интересов вкладчиков. Банк России осуществляет контроль за деятельностью кредитных организаций посредством различных мониторинговых мероприятий и плановых (внеплановых) проверок, выявляя нарушения и применяя меры принудительного и предупредительного характера [2] (табл. 1).

Таблица 1

**Результаты осуществления банковского надзора в 2012–2015 гг. [1]**

Показатель	Значение			
	2012	2013	2014	2015
Кол-во действующих кредитных организаций	956	923	834	733
Количество проверок	1 118	1 029	817	647
- плановые	757	688	551	454
- внеплановые	361	341	266	193
Кол-во нарушений	19 919	21 843	17 103	18 621
Кол-во принятых мер воздействия	1 958	2 210	1 856	1 885
- предупредительные	1 645	1 800	1 450	1 357
- принудительные	313	410	406	528

Представленные данные позволяют констатировать факт, что за исследуемый период с 2012 по 2015 гг. количество кредитных организаций в Российской Федерации сократилось на 223 единицы (темп спада около 23%). Массовая «зачистка» банковского сектора началась еще в 2013 году. С назначением на пост главы ЦБ РФ Набиуллиной Э.С. более 100 кредитных организаций уже лишились лицензий. Такая активность, видимо, была обусловлена необходимостью оздоровления финансовой стороны российской экономики и подготовкой к углубляющемуся кризису. Причем не все банки закрылись по причине сомнительных операций и отсутствия мер по нормализации деятельности, большинство просто-напросто обанкротилось.

В свою очередь, наблюдается резкое снижение количества проверок, проведенных ЦБ РФ, на 471 единицу (темп спада 42,1%), что должно положительно сказаться на банковском секторе особенно в условиях макроэкономической нестабильности и международных противоречий.

Необходимо отметить, что по результатам проведенных проверок аппаратные власти ЦБ РФ начинают более активно применять принудительные процедуры, нежели процедуры предупредительного характера, совмещая эти мероприятия с сокращением количества внеплановых проверок и довольствуясь плановыми проверками. В рамках исследования можно констатировать, что количество принудительных мер возросло за три года на 12% по сравнению с 2012 годом. Следовательно, можно заключить, что в последнее время мегарегулятор страны стал проводить более жесткую политику по отношению к кредитным организациям.

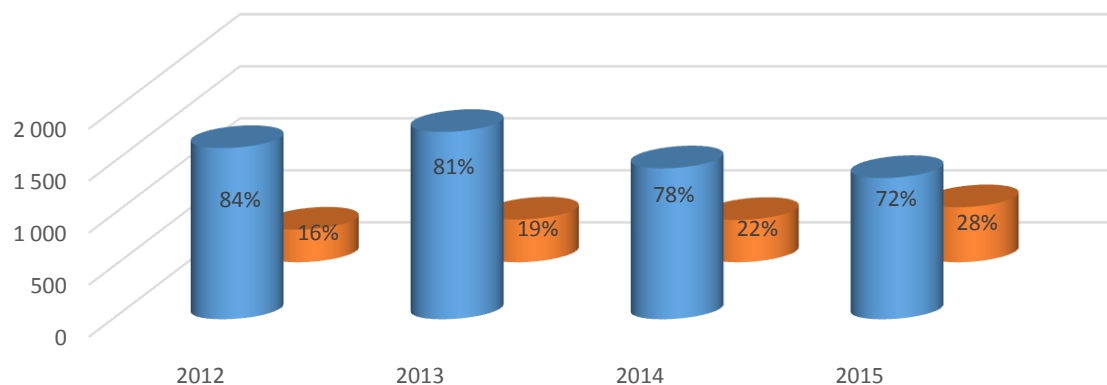


Рис. 1. Структура мер воздействия, применяемых ЦБ РФ, в 2012-2015 гг. [1]

Анализ данных рис.1 показывает преобладание предупредительных мер воздействия, однако в динамике наблюдается увеличение принудительных мер воздействия. Основную часть принудительных мер воздействия составляют штрафы. Наблюдается увеличение ограничений и запретов на осуществление отдельных банковских операций. За период исследования ограничения выросли в 2,5 раза, а запреты на 2,7 раза. ЦБ РФ редко назначает временную администрацию без отзыва лицензий, только в 1 случае в 2014 году и в 3-х в 2015 году. Количество отзываемых ЦБ РФ лицензий за весь рассматриваемый период увеличилось в 4,2 раза. В 2015 году ЦБ РФ было отозвано 93 лицензии. Здесь не учитывались случаи, когда Совет директоров Банка России принимал решение по ликвидации банка по собственному желанию. В таблице 2 отражены случаи отзыва лицензий, которые произошли по результатам обнаружения серьезных нарушений.

Таблица 2

Состав мер воздействия ЦБ РФ в 2012-2015 гг. [1]

Показатель	2012 г.	2013 г.	2014 г.	2015 г.
<b>Предупредительные</b>	1645	1800	1450	1357
Письменное предупреждение о недостатках в деятельности КО	914	896	873	813
Совещания	478	524	444	494
Прочие (рекомендации, предложения и т.п.)	253	380	133	50
<b>Принудительные</b>	313	410	406	528
Штрафы	192	171	133	212
Ограничение на осуществление отдельных операций	94	194	209	243
Запреты на осуществление отдельных банковских операций	27	45	64	73
Прочие	27	41	56	69
Запрет на открытие филиалов	34	51	62	50
Назначение временной администрации без отзыва лицензии	0	0	1	3
Отзыв лицензии	22	32	86	93



Целесообразно подчеркнуть, что Банк России перешел на новый качественный уровень банковского надзора при общей тенденции к снижению количества проверок. Коэффициент результативности инспекционной деятельности надзорного органа и коэффициент эффективности надзорных действий имеют устойчивую тенденцию к росту в исследуемом периоде (табл. 3). Именно эти два показателя являются наиболее обобщающими и ключевыми в оценке эффективности деятельности. Это свидетельствует об увеличении эффективности надзорной деятельности ЦБ. Коэффициент соблюдения кредитными организациями нормативных требований органа банковского надзора свидетельствует о том, что в среднем количество выявленных нарушений, приходящихся на одну кредитную организацию, увеличилось с 21 в 2012 г. до 25 в 2015 г., а коэффициент результативности инспекционной деятельности надзорного органа показывает, что число выявленных нарушений, приходящихся на одну проверку, возросло с 18 в 2012 г. до 29 в 2015 г. Динамический ряд коэффициента соблюдения кредитными организациями нормативных требований органа банковского надзора имеет устойчивую тенденцию к увеличению значений, что говорит о том, что если в 2012 г. на одно кредитное учреждение приходилось 21 нарушение, то в 2015 г. уже 25 фактов выявленных нарушений, однако это относительный показатель, и увеличение значений больше связано с быстрыми темпами сокращения действующих кредитных организаций. В свою очередь, коэффициент мер воздействия по выявленным нарушениям остается на уровне в 10%. Коэффициент эффективности надзорной деятельности показывает, что если в 2012 году на одну проведенную проверку приходилось 2 меры воздействия, то в 2015 году уже порядка 3 меры воздействия.

Таблица 3

**Коэффициенты оценки эффективности деятельности Банка России по обеспечению банковского надзора**

Показатель	Значение			
	2012	2013	2014	2015
Коэффициент соблюдения кредитными организациями нормативных требований органа банковского надзора, шт.	20,84	23,67	20,51	25,40
Коэффициент результативности инспекционной деятельности надзорного органа, шт.	17,82	21,23	20,93	28,78
Коэффициент мер воздействия по выявленным нарушениям, %	0,1	0,1	0,11	0,1
Коэффициент эффективности надзорных действий, шт.	1,75	2,15	2,27	2,91
Коэффициент мер воздействия на кредитную организацию, шт.	2,05	2,39	2,22	2,57

Таким образом, по данным таблицы 3 ЦБ РФ проводит довольно эффективную надзорную деятельность. Однако, рост коэффициента соблюдения кредитными организациями нормативных требований органа банковского надзора вызван одним лишь снижением общего кол-ва кредитных организаций. Коэффициент результативности инспекционной деятельности надзорного органа, с одной стороны характеризует деятельность, как эффективную, однако также вызван увеличением количества нарушений в банковской сфере, что, наверное, не есть хорошо. Меры воздействия применяются лишь в 1 из 10 случаев на одно выявленное нарушение. Рост коэффициента эффективности надзорных действий вызван сокращением проводимых проверок. Коэффициент мер воздействия на кредитную организацию толком не показывает степень эффективности надзорной деятельности, а рост вызван сокращением количества кредитных организаций. Таким образом, учитывая всё вышесказанное, надзорную деятельность ЦБ РФ нельзя назвать эффективной.

**Литература**

1. Годовые отчеты Банка России за 2012 г., 2013 г., 2014 г. / ЦБ РФ [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.cbr.ru>
2. О порядке проведения проверок кредитных организаций (их филиалов) уполномоченными представителями Центрального банка Российской Федерации (Банка России): Инструкция ЦБ РФ от 5 декабря 2013 г. № 147-И. – URL: <http://garant.ru>
3. Санников Д.В. Оценка эффективности деятельности Центрального банка России по осуществлению банковского надзора за коммерческими банками в России / Д.В. Санников // Теория и практика современной науки – 2016. – № 5(11).

## **АКТУАЛЬНЫЙ ОПЫТ ОБРАЩЕНИЯ С ОТХОДАМИ ПРОИЗВОДСТВА И ПОТРЕБЛЕНИЯ ВО ФРАНЦИИ**

В Российской Федерации в 2014 и 2015 гг. была предпринята попытка построения нормативно-правовой базы в сфере обращения с отходами для достижения положительного социального, экологического и экономического эффектов [12; 13; 16; 17]. Внесенные в законодательство изменения касаются как мер, направленных на совершенствование контроля за обращением с отходами на федеральном и региональном уровне, так и мер, стимулирующих развитие предпринимательства в этой области.

Новый механизм обращения с отходами должен был заработать с 1 января 2017 г., но этого не произошло. При создании региональных схем обращения с отходами были выявлены серьезные недочеты в существующих нормативно-правовых актах (НПА), сказалась несогласованность в работе различных ведомств государственного управления [11]. Серьезным препятствием является и отсутствие опыта создания продуманной логистики в сфере обращения с отходами.

В связи с этим авторы считают необходимым рассмотреть опыт развития предпринимательства в сфере обращения с отходами во Франции.

Обращение с отходами в Евросоюзе относится к деятельности, направленной на предотвращение образования отходов и уменьшение его вредного воздействия на окружающую среду [4]. Обращение с отходами включает в себя сбор и обработку отходов, в том числе мероприятий по мониторингу и регулированию. Она также включает в себя переработку и компостирование, сбор и обработка радиоактивных отходов, уборку улиц и сбор общественного мусора.

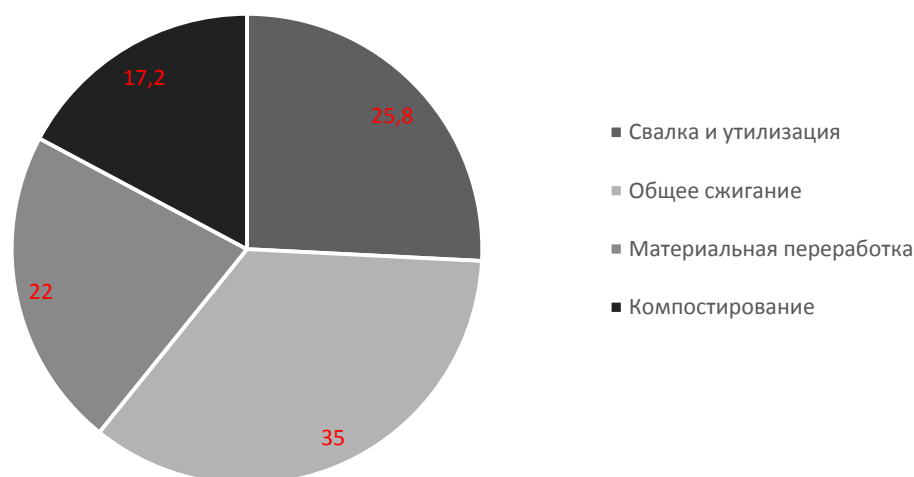
В 2014 г. в Евросоюзе было образовано 2502,890 тыс. тонн отходов, из которых 9,7% – муниципальные отходы, а 8,3% отходы домашних хозяйств [7]. В муниципальные отходы, помимо отходов домохозяйств включаются отходы организаций, учреждений, мусор из парков и т.д. Большая часть отходов – 72,1% – это минеральные и твердые отходы. Из общего объема отходов 9,4% отходов являются перерабатываемыми [3; 4; 8].

Доля Франции в общем объеме произведенных в Евросоюзе отходов составляет 13% [3], из которых 8,7% отходы домашних хозяйств [7].

Во Франции в 2014 г. образовано 324463405 тонн отходов [3] от следующих видов экономической деятельности: сельское хозяйство, лесное хозяйство и рыболовство (0,4% от всех производимых отходов); добыча полезных ископаемых (0,7%); обрабатывающие производства (6,7%); обеспечение электрической энергией, газом и паром; кондиционирование воздуха (0,4%); водоснабжение, водоотведение, деятельность по ликвидации загрязнений (1,8%); организация сбора и утилизации отходов, восстановление материалов (4,9%); строительство (70,1%); услуги (за исключением оптовой продажи отходов и лома) (6%); оптовая торговля отходами и ломом (0,01%) и отходы домашних хозяйств (8,7%).

Наибольшее количество отходов произведено при строительстве, следующими по значимости является деятельность домохозяйств и обрабатывающие производства. Их суммарный вклад в производство отходов – 85,5% [3].

Большая часть отходов, производимых во Франции, перерабатывается:



**Рис. 1. Переработка отходов домашних хозяйств во Франции различными способами в 2014 г.,% [5]**

С 2007 года во Франции прекратился рост количества бытовых отходов, что также является следствием общей политики. В период 2009–2012 гг. действовал план масштабного партнерского действия для реализации принципа «самый лучший мусор – тот, что не был произведен». Для этого выработаны приоритеты: снижение количества источников отходов, развитие возможностей повторного использования и переработки, повышение ответственности производителей, сокращение количества сжигаемых и складироваемых отходов [18]. Результативность выполнения указанного плана подтверждается данными статистики.

Таблица 1

**Производство отходов домашних хозяйств и их переработка различными способами в Евросоюзе в 2011-2015 гг., кг на душу населения в год [5]**

Наименование показателя	2011	2012	Темп роста	Абс. откл.	2013	Темп роста	Абс. откл.	2014	Темп роста	Абс. откл.	2015	Темп роста	Абс. откл.
Производство отходов	539	522	96,8	-17	516	98,9	-6	508	98,4	-8	502	98,8	-6
Хранение на полигонах	149	139	93,9	-10	133	95,7	-6	131	98,4	-2	129	98,5	-2
Общее сжигание	191	186	97,4	-5	184	98,9	-2	178	96,7	-6	174	97,8	-4
Материальная переработка	111	110	99	-1	111	100,9	1	112	100,9	-1	112	100	0
Компостирование	88	87	98,9	-1	88	101,1	1	87	98,9	-1	87	100	0

Снижается общее производство отходов домашними хозяйствами, их хранение на полигонах, общее сжигание. При этом материальная переработка постоянно возрастает.

В сфере экологических товаров и услуг во Франции занято 442422 человек, причем численность работающих в этой сфере колеблется, устойчивой тенденции роста или снижения не выявлено [1]. Наибольшее число работающих приходится на производство электричества, газа, пара, кондиционирование воздуха, водоснабжение и канализацию, удаление отходов и рекультивацию [6]. Следующими по числу занятых является строительство и добыча полезных ископаемых.

Экологических товаров и услуг в 2013 г. во Франции произведено на сумму 86113,24 млн евро [6]. При этом наблюдается отчетливая тенденция роста стоимости производимых услуг.



Рис. 2. Стоимость экологических товаров и услуг, произведенных во Франции в 2008-2013 гг., млн евро [6]

Предприятия этой отрасли специализируются на вторичном использовании продукции, сборе, транспортировке, сортировке мусора, подготовке сырья, а используют переработанное сырье и отходы в качестве сырья. Кроме крупнейших мировых промышленных лидеров в отраслях очистки воды и переработки мусора, на территории Франции находится сеть крупных промышленных предприятий: ТРЕ-РМЕ и ЕТИ, центры развития технологий, научные структуры и парки высоких технологий, работающие во всех направлениях утилизации отходов [18].

Экологические налоговые поступления во Франции в 2014 г составляли 4,7% от общего объема налоговых поступлений, что ниже, чем в целом по Евросоюзу (6,3%) [2]. Во многом это обусловлено общей стратегией Еросоюза на принцип повышения выплат для предприятий, загрязняющих окружающую среду, что стимулирует предприятия активнее переходить к обеспечению использования всех отходов в качестве ресурсов, сырья или источника энергии.

Все выявленные тенденции являются результатом многолетней работы по выстраиванию многоуровневой системы управления в сфере обращения с отходами.

Таблица 2

Уровни управления в сфере обращения с отходами [18]

Уровень	Функции
Государственный уровень	Разрабатывают законодательные акты и стратегии, поддерживают и стимулируют экологические инициативы, контролируют деятельность в сфере обращения с отходами.
Отраслевые государственные учреждения	Реализуют государственные стратегии, стимулируют экологические разработки и исследования в своих отраслях.
Местный уровень	Организуют деятельность по переработке безопасных отходов и строительного мусора, местные власти или государственные жилищно-эксплуатационные службы организуют обращение с ТКО, организуют советы по утилизации опасных отходов.
Уровень предприятий	Несут ответственность за переработку или полное уничтожение произведенных отходов. Следуют принципам экологичности производства, применяют профилактические меры и отвечают за дальнейший жизненный цикл своей продукции после ее использования.
Граждане	Вырабатывают определенные привычки потребления, сортируют отходы, могут высказывать мнения в ходе исследований, перед началом финансирования проекта, могут получать информацию о работе предприятий.

Вся система проводимых мероприятий имеет четкие цели: снижение объема ТКО, повышение возможности их переработки, снижение количества сжигаемых и размещаемых на полигонах отходов, повышение возможности их использования в качестве биотоплива. Для достижения этой цели принята единая система поощрительных тарифов – система выплат для предприятий, в зависимости от уровня выброса отходов в течение 5 лет; согласуются местные планы профилактических мероприятий; увеличиваются общие налоги для загрязняющих производств на свалку мусора (от 9 евро/т в 2009 г. до 20 евро/т в 2012 г.); применяются налоги на сжигание мусора (6,4 евро/т в 2012 г.); вводится гибкая налоговая система в зависимости от энергоэффективности и экологичности деятельности; увеличиваются финансовые возможности агентства ADEME для поддержки исследований, разработок и инвестирования в области профилактики/переработки/использования.

Указанная деятельность регулируется нормативными директивами Евросоюза, например, директивой 2008/98/ЕС [10], и французскими нормативно-правовыми актами, которые направлены на [9]:

- минимизацию объемов образования отходов в источниках;
- ограничение опасности неиспользуемых отходов перед размещением;
- вовлечение отходов в хозяйственный оборот путем вторичного использования или другого вида деятельности, направленной на получение вторичного сырья или энергии;
- ограничение захоронения отходов, не подлежащих дальнейшей переработке;
- обеспечение прозрачности всего цикла обращения с отходами;
- информирование общественности о вреде, который наносит окружающей среде и здоровью человека образование отходов и их размещение;
- рост налогов на захоронение отходов.

Именно в такой, многоуровневой и эффективной, системе управления в сфере обращения с отходами нуждается, на наш взгляд, российская экономика. Острота проблем в этой сфере обусловлена тем, что на территории Российской Федерации ежегодно образуется более 5 млрд тонн отходов производства и потребления I–V класса опасности. Объем ТКО домохозяйств в 2000 г. в целом по России составлял 152 млн м<sup>3</sup>, 2005 г. – 186 млн м<sup>3</sup>, 2010 г. – 235 млн м<sup>3</sup>, 2014 г. – 283 млн м<sup>3</sup> и в 2015 г. – 282 млн м<sup>3</sup> [15]. Кроме того, ТКО образуется от предприятий малого и среднего бизнеса, нежилого фонда, крупных производств, поэтому реальная цифра гораздо больше. Практически весь указанный объем в дальнейшем размещается на полигонах ТКО, санкционированных и несанкционированных свалках, и только 4-5% указанного объема вовлекаются в переработку [14]. К началу 2016 г. в стране на учете Службы Росприроднадзора находились 743 объекта с особо значительным вредным воздействием на окружающую природную среду, из которых них 56% приходились на полигоны и свалки ТБО [15].

Таким образом, рассмотренный опыт организации обращения с отходами во Франции основан на четком формулировании целей, налоговом стимулировании, вовлечении всего общества в решение общих проблем, информационной прозрачности и хозяйственной инициативе на уровне отраслей и предприятий и может быть использован в Российской Федерации.

#### Литература

1. Employment in the environmental goods and services sector (env\_ac\_egss1) // Eurostat [Электронный ресурс]. – URL: <http://ec.europa.eu/eurostat/data/database> (дата обращения: 18.03.2017).
2. Environmental tax revenues // Eurostat [Электронный ресурс]. – URL: <http://ec.europa.eu/eurostat/data/database> (дата обращения: 18.03.2017).
3. Generation of waste by economic activity // Eurostat [Электронный ресурс]. – URL: <http://ec.europa.eu/eurostat/data/database> (дата обращения: 18.03.2017).
4. Municipal waste by waste operations (env\_wasmun) // Eurostat [Электронный ресурс]. – URL: <http://ec.europa.eu/eurostat/data/database> (дата обращения: 18.03.2017).
5. Municipal waste generation and treatment, by type of treatment method // Eurostat [Электронный ресурс]. – URL: <http://ec.europa.eu/eurostat/data/database> (дата обращения: 18.03.2017).
6. Production, value added and exports in the environmental goods and services sector [env\_ac\_egss2] // Eurostat [Электронный ресурс]. – URL: <http://ec.europa.eu/eurostat/data/database> (дата обращения: 18.03.2017).
7. Waste generated by households by year and waste category [Электронный ресурс]. – URL: <http://ec.europa.eu/eurostat/data/database> (дата обращения: 18.03.2017).
8. Waste generated by households by year and waste category (ten00110) // Eurostat [Электронный ресурс]. – URL: <http://ec.europa.eu/eurostat/data/database> (дата обращения: 18.03.2017).
9. Гаев Ф.Ф., Шканов С.И., Туркевич С.Г., Гайдамак И.Л., Сахнова Г.В. Опыт развитых стран в области управления обращением с отходами // Отраслевой портал Waste.ru. URL: <http://www.waste.ru/modules/section/item.php?itemid=328> (дата обращения: 24.01.2017).
10. Директива № 2008/98/ЕС Европейского парламента и Совета Европейского Союза «Об отходах и отмене ряда директив» (Вместе с «Операциями по уничтожению, восстановлению», «Свойствами отходов, которые превращают их в опасные», «Примерами мероприятий по предотвращению образования отходов...», «Корреляционной таблицей»); принята в г. Страсбурге 19.11.2008 [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc;base=INT;n=46745#0> (дата обращения: 26.03.2017).
11. Доклад о регулировании в сфере обращения с твердыми коммунальными отходами, 2016 г. / Некоммерческое партнерство содействия развитию деятельности по обращению с отходами НП «Национальное бюро по переработке отходов» [Электронный ресурс]. – URL: [http://nbpo.ru/uploads/files/files/%D0%9D%D0%91%D0%9F%D0%9E\\_%D0%94%D0%BE%D0%BA%D0%BB%D0%B0%D0%B4%20%D0%BE%20%D1%80%D0%B5%D0%B3%D1%83%D0%BB%D0%B8%D1%80%D0%BE%D0%B2%D0%B0%D0%BD%D0%B8%D0%B8%20%D0%BE%D0%B1%D1%80%D0%B0%D1%89%D0%B5%D0%BD%D0%B8%D1%8F%20%D0%A2%D0%9A%D0%9E\\_20160208.pdf](http://nbpo.ru/uploads/files/files/%D0%9D%D0%91%D0%9F%D0%9E_%D0%94%D0%BE%D0%BA%D0%BB%D0%B0%D0%B4%20%D0%BE%20%D1%80%D0%B5%D0%B3%D1%83%D0%BB%D0%B8%D1%80%D0%BE%D0%B2%D0%B0%D0%BD%D0%B8%D0%B8%20%D0%BE%D0%B1%D1%80%D0%B0%D1%89%D0%B5%D0%BD%D0%B8%D1%8F%20%D0%A2%D0%9A%D0%9E_20160208.pdf) (дата обращения: 28.02.2017).
12. О внесении изменений в Федеральный закон «Об отходах производства и потребления», отдельные законодательные акты Российской Федерации и признании утратившими силу отдельных законодательных актов (положений законодательных актов) Российской Федерации: Федеральный закон от 29 декабря 2014 г. № 458-ФЗ; по сост. на 29.12.2015 г. // Собрание законодательства Российской Федерации. 2015. № 1 (часть I). Ст. 11.
13. О внесении изменений в Федеральный закон «Об охране окружающей среды» и отдельные законодательные акты Российской Федерации: Федеральный закон от 21 июля 2014 г. № 219-ФЗ; по сост. на 29.12.2015 // Собрание законодательства Российской Федерации. 2014. № 30 (часть I). Ст. 4220.

14. О разработке субъектами Российской Федерации территориальных схем в области обращения с отходами: Доклад заместителя руководителя Росприроднадзора Амирханова А.М. [Электронный ресурс]. – URL: <http://rpn.gov.ru/node/686> (дата обращения: 20.03 2017).

15. О состоянии и об охране окружающей среды Российской Федерации в 2015 г.: государственный доклад Министерства природных ресурсов и экологии Российской Федерации [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.mnr.gov.ru/regulatory/detail.php?ID=286341> (дата обращения: 20.03 2017).

16. Об утверждении Перечня областей применения наилучших доступных технологий: Распоряжение Правительства РФ от 24.12.2014 № 2674-р; по сост. на 30.12.2015 // Собрание законодательства Российской Федерации. 2015. № 1 (часть III). Ст. 399.

17. Об утверждении требований к составу и содержанию территориальных схем обращения с отходами, в том числе с твердыми коммунальными отходами: Постановление Правительства Российской Федерации от 16.03.2016 г. № 197 // Собрание законодательства Российской Федерации. 2016. № 12. Ст. 1675.

18. Технологии и опыт Франции в обращении с отходами [Электронный ресурс]. – URL: [www.ademe.fr/Médiathèque/publicationsADEME](http://www.ademe.fr/Médiathèque/publicationsADEME) (дата обращения: 22.03.2017).

**УДК 336.025**

***Н.Д. Захарова, студент***

*Научный руководитель: Е.Е. Харламова, канд. экон. наук, доцент  
г. Волгоград, Волгоградский государственный технический университет*

## **ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА ПРИМЕНЕНИЯ ФИНАНСОВОГО АУТСОРСИНГА**

Актуальность статьи обусловлена популярностью услуги финансового аутсорсинга на международном деловом рынке как доступной альтернативы управления финансами. Степень развития данной услуги в России находится на начальном этапе, и поэтому нуждается в популяризации. В статье приводится определение понятия финансового аутсорсинга, история становления финансового аутсорсинга в мире и в России. Приведены крупнейшие поставщики, а также проблемы и перспективы развития аутсорсинговых услуг в России.

Аутсорсинг – это передача организацией определенных видов или функций производственной предпринимательской деятельности другой компании на основании договора.

В современных рыночных условиях зарубежом и в России предприятия часто используют услуги финансового аутсорсинга и консалтинга. Финансовый аутсорсинг – это передача внешней специализированной компании функции управления финансами. Финансовый аутсорсинг тесно связан с бухгалтерским аутсорсингом, и поэтому конкретные задачи финансового аутсорсинга включают:

- бухгалтерский учет предприятия и составление отчетности, в т.ч. по МСФО;
- налоговое сопровождение предприятия, а также сдача отчетов в налоговые органы и органы статистики;
- анализ финансово-хозяйственной и финансово-инвестиционной деятельности предприятия с расчетом основных показателей;
- сопровождение по финансовым сделкам, в т.ч. с ценными бумагами;
- консалтинг в сфере кредитования и банковского обслуживания;
- управление кредиторской и дебиторской задолженностью и др.

Появление услуг финансового аутсорсинга датируется XXв. Его дальнейшее развитие связано со становлением теории корпоративных финансов под влиянием информационных технологий. В период с начала и до середины XXв. на аутсорсинг передавались отдельные задачи бухгалтерского учета с использованием ручных методов. В 30-е гг. XXв немаловажен вклад Генри Форда и Альфреда Слоуна, как первых практиков применения идеи аутсорсинга. Был сделан вывод, что ни одна компания не может быть самодостаточной, и ряд непрофильных функций необходимо передавать специализированным организациям. В 1960–1970-е гг. происходила обработка данных для централизованных финансовых отделов первым поколением компьютеров. К задачам финансового аутсорсинга добавились расчет заработной платы и учет основных средств. С 1980-х гг. применялись примитивные программы электронных таблиц, которые позволили расширить функции, передающиеся на аутсорсинг – учет основных фондов и составление отчетности. В 1990-е гг. большинство направлений функций бухгалтерского учета уже могли быть переданы на аутсорсинг. Развитие информационных технологий (создание гибких систем клиент-сервер) позволили достичь эффекта масштаба, так как требовалось существенно меньше издержек при обработке транзакций. С начала XXIв. и по сей день

на аутсорсинг передаются все больше функций по управлению финансами – бюджетирование, налоговое планирование, анализ финансового состояния [2].

Таким образом, организация управления финансами предприятий существенно изменилась за последние 100 лет: от ручной обработки данных до автоматизированной обработки финансовой информации.

Первыми аутсорсинговыми компаниями в России были охранные предприятия. С помощью них многие организации смогли осуществлять надежную защиту своего бизнеса, но не тратить большие средства на содержание рабочей силы по трудовым договорам в сфере охраны. Позже в стране начал развиваться маркетинг. В связи с нехваткой профессиональных кадров в этой области, фирмам выгоднее обратиться в специализированную фирму, чем найти и содержать высокооплачиваемого специалиста. С середины 2000-х гг. в России стали быстро развиваться компьютерные сети и Интернет, и поэтому стали появляться аутсорсинговые фирмы, которые предоставляли в доступ хостинги, а также продвигали и улучшали сайты [1].

Финансовый аутсорсинг в России, как таковой, характеризуется медленным ростом по причинам боязни утечки конфиденциальных данных, наличия всевозможных «серых схем» ведения учета и управления финансами.

Рейтинг 10 крупных по объему выручки аутсорсинговых и консалтинговых компаний в области бухгалтерского учета в 2015 г. представлен в таблице 1 [3].

Таблица 1

**Выручка аутсорсинговых и консалтинговых компаний в области бухгалтерского учета**

Место по итогам 2015г.	Компания	Выручка от услуг аутсорсинга, тыс.руб.
1	«БДО Юникон»	1 123 656
2	«Интеркомп»	1 048 005
3	«Интерком-Аудит»	785 060
4	SCHNEIDER GROUP	661 326
5	«Информаудитсервис»	441 327
6	«ФинЭкспертиза»	285 494
7	Accountor M	284 063
8	«Гориславцев и Ко. EuraAudit»	241 179
9	«Бейкер Тилли Россия»	231 006
10	ФБК Грант Торнтон	223 441

При этом рейтинг компаний, осуществляющих подготовку отчетности по МСФО, как составной части финансового аутсорсинга, по объему выручки за 2015 г. представлен в таблице 2 [3].

Таблица 2

**Рейтинг компаний, осуществляющих подготовку отчетности по МСФО**

Место по итогам 2015 г.	Компания	Выручка по направлению, тыс. руб.
1	ФБК Грант Торнтон	190 453
2	«Нексия Си Ай Эс»	149 243
3	ДЕЛОВОЙ ПРОФИЛЬ (GGI)	73 925
4	«Гориславцев и Ко. EuraAudit»	41 614
5	ADE ProfessionalSolutions	38 273
6	«Мазар»	29 321
7	«Интеркомп»	23 913
8	«PCM Русь»	23 561
9	«АЛЬТХАУС Консалтинг»	17 631
10	«БДО Юникон»	13 349

Следует отметить изменения, произошедшие на международном рынке аутсорсинговых услуг: в последнее время привлечение высококвалифицированных специалистов, способных выполнять инновационные и эффективные операции, стало решающим фактором для обращения к внешним компаниям, вместе с фактором дешевой рабочей силы. При этом основными странами, которые принимают на себя исполнение услуг, являются Индия, Китай, Ирландия, Египет и др. Эти страны, помимо низкой стоимости оплаты рабочей силы, характеризуются знанием специалистами иностранных языков, высокой мотивацией сотрудников, а также низким уровнем налогообложения. Кроме того, немаловажна государственная поддержка. В западных странах уже существует система качества аутсорсинговых услуг через страхование профессиональной ответственности [2].

В Волгоградской области действуют десятки организаций по предоставлению услуг бухгалтерского аутсорсинга. Некоторые из них являются филиалами или партнерами крупных аутсорсинговых фирм других городов. Волгоградский регион отражает ситуацию по России в целом: в компетенции фирм по оказанию услуг бухгалтерского аутсорсинга входят лишь отдельные участки финансового аутсорсинга.

В России все больше компаний передают на аутсорсинг бухгалтерский учет, но реже финансовый. Причинами такого факта являются:

- неразвитость законодательной базы, в частности в области защиты прав интеллектуальной собственности и конфиденциальных данных, а также отсутствие понятия «аутсорсинг» в правовом поле;

- нехватка квалифицированных специалистов в области финансов;

- недоверие и низкая культура контрактных отношений.

Преодолев данные проблемы, В России рынок финансовых аутсорсинговых услуг может стать эффективным инструментом развития компаний и становления, а также выйти на международный рынок. Для этого необходимо создать исследовательские университеты, инновационные кластеры и технологические парки, а также ввести механизмы аутсорсинга на законодательный уровень.

#### Литература

1. Гильмиярова, М.Р. Концептуально-понятийные основы развития аутсорсинга / М.Р. Гильмиярова // Вестник Псковского государственного университета. Серия: Экономика, право и управление [Электронный ресурс]. URL: <http://www.elibrary.ru> (дата обращения: 07.03.2017).

2. Календжян, С.О. Генезис финансового аутсорсинга как научно-практического направления в теории управления финансами / С.О. Календжян, Л.В. Дуканич, О.Е. Лактионова // Вестник института экономики Российской академии наук [Электронный ресурс]. URL: <http://www.elibrary.ru> (дата обращения: 07.03.2017).

3. Обзор рынка ведущих российских компаний и групп, работающих на рынке аутсорсинга учетных функций по итогам 2015 года [Электронный ресурс]. URL: <http://www.raexpert.ru/> (дата обращения: 07.03.2017).

УДК 33

**С.Р. Зейтунян, магистрант**

*Научный руководитель: О.В. Ломакина, канд. экон. наук, доцент  
г. Краснодар, Кубанский государственный аграрный университет им. И.Т. Трубилина*

## АНАЛИЗ НАПРАВЛЕНИЯ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ МУНИЦИПАЛЬНЫХ РАЙОНОВ КРАСНОДАРСКОГО КРАЯ

Рыночная экономика требует применения современных управленческих технологий даже в процессе такой, казалось бы, консервативной сферы, как государственное и муниципальное управление. Одной из таких технологий является маркетинг территорий. В отличие от коммерческого маркетинга, маркетинг территорий имеет в большей степени социальную направленность, и органы власти применяют стратегическое программное планирование, направленное на выравнивание и равномерно-устойчивое развитие территорий разных уровней (регионов, муниципальных образований). Для России в целом и в частности для Краснодарского края остается актуальной проблема социально-экономической дифференциации территорий, которая отрицательно сказывается на социальной и политической обстановке, экономической активности людей.

В связи с этим ученые проявляют все больший интерес к разработке методологии оценки уровня развития и степени дифференциации административно-территориальных единиц, в том числе в контексте анализа конкурентоспособности. От внутри региональных различий и от достоверной оценки ситуации в муниципальных образованиях во многом зависит формирование эффективной региональной и местной инвестиционной и бюджетной политики.

Степень территориальной неравномерности и направления социально-экономических изменений могут идти в двух направлениях: дивергенция – расхождения и конвергенция – сближения.

Имеются противоположные точки зрения относительно закономерностей дифференциации. В одной утверждается, что общей закономерностью является тенденция к конвергенции, т.е. уменьшению различий в развитии муниципалитетов. Другая точка зрения состоит в том, что преимущества муниципальных образований, возникшие первоначально будут увеличиваться и дальше, усиливая различия в уровне социально-экономического развития муниципалитетов. Для анализа данного по-



ложения в Краснодарском крае относительно муниципальных районов (без городских округов) предлагаем следующий подход к оценке.

На 1 января 2015 года в Краснодарском крае насчитывалось 426 муниципальных образований, в том числе 37 муниципальных районов.

Приоритетные направления развития муниципальных образований Краснодарского края определены в Законе Краснодарского края № 1465-КЗ от 29.04.2008 «О стратегии социально-экономического развития Краснодарского края до 2020 года». Условно основные направления можно разделить на промышленное производство, сельскохозяйственную деятельность в сочетании с переработкой сельскохозяйственного сырья и курортно-туристский комплекс.

Группировка муниципальных районов Краснодарского края по приоритетным направлениям развития представлена в таблице 1 [2].

Анализ развития муниципальных образований проведем на основе единого макроэкономического критерия. Обобщающим показателем развития государства Международной системой национальных счетов (СНС) и Россией признан общий объем валового внутреннего продукта (ВВП), а показателем развития региона – валовой региональный продукт (ВРП). Такие показатели системно согласовывают социальную и экономическую составляющие развития территории, поэтому необходимо дальнейшее распространение использования данной методологии и на муниципальном уровне.

Таблица 1

**Группировка муниципальных районов Краснодарского края по приоритетным направлениям развития**

Приоритетное направление	Количество муниципальных районов	Наименование муниципальных районов
Промышленное производство	6	Апшеронский, Ейский, Мостовский, Приморско-Ахтарский, Северский, Тихорецкий
Сельское хозяйство в сочетании с переработкой сельскохозяйственного сырья	30	Абинский, Белоглинский, Белореченский, Брюховецкий, Выселковский, Гулькевичский, Динской, Кавказский, Калининский, Каневской, Кореновский, Красноармейский, Крыловский, Крымский, Курганинский, Кущевский, Лабинский, Ленинградский, Новокубанский, Новопокровский, Отраденский, Павловский, Славянский, Староминский, Тбилисский, Темрюкский, Тимашевский, Успенский, Усть-Лабинский, Щербиновский
Курортно-туристский комплекс	5	Апшеронский, Ейский, Мостовский, Темрюкский, Туапсинский

Валовой муниципальный продукт можно по аналогии определить как стоимость всех товаров и услуг, созданных на территории муниципального образования региона за тот или иной период единицами-резидентами за вычетом стоимости их промежуточного потребления.

Однако в настоящее время нет стандартной общепризнанной международной методики расчета ВМП. Только в нескольких субъектах РФ территориальные органы статистики производят расчет и публикацию валового продукта муниципальных образований. Повсеместное распространение методологии субрегиональных счетов планируется с 2017 года.

В этой связи представляет интерес методика оценки «городского продукта» (CityProduct) в качестве количественного индикатора развития экономики города относительно национального уровня. Данный показатель предложен Глобальной городской обсерваторией (GUO), действующей в рамках Программы Организации Объединенных Наций по населенным пунктам, и оценивается двумя методами. Один из них, метод «А», предполагает получить значение городского продукта на основании исчисления доли валового национального продукта (с 1993 г. – валового национального дохода) страны, приходящейся на 1 работающего в конкретном городе, а также общего количества работающих и соотношения уровней заработной платы в целом по стране и по конкретному городу [1].

$$ВМП_i = \frac{ВРП_p}{ЧЗ_p} \times ЧЗ_i \times \frac{СР_i}{СР_p} \quad (1)$$

где ВМП<sub>i</sub> – оценка валового муниципального продукта по i-му муниципальному району;

ВРП<sub>p</sub> – валовой региональный продукт;

ЧЗ<sub>p</sub> – численность занятого населения региона;

ЧЗ<sub>i</sub> – численность занятого населения муниципального района;

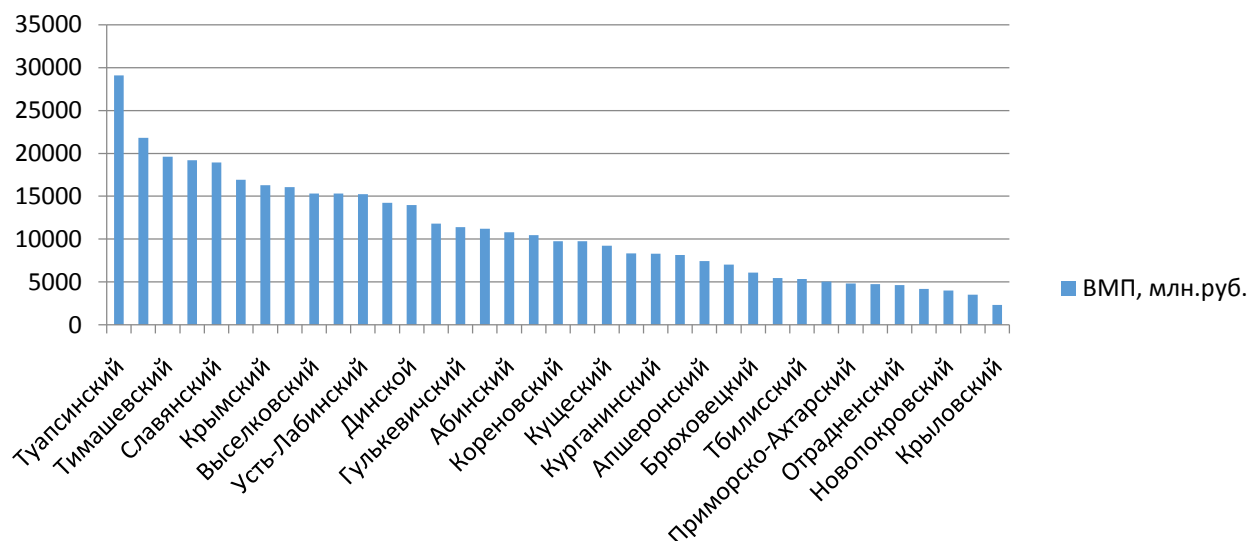
СЗ<sub>p</sub> – среднемесячная заработная плата по региону;

СЗ<sub>i</sub> – среднемесячная заработная плата по i-му муниципальному району.

Очевидно, что данная методика оценки ВМП достаточно условна, но все же дает возможность получить значения этого показателя и использовать его в первую очередь для проведения сравнительного анализа территорий. Тем не менее, ее применение обоснованно, так как до настоящего времени представления о размерах полученной в Краснодарском крае на районном уровне добавленной стоимости отсутствуют.

Для оценки муниципального продукта 37 муниципальных районов Краснодарского края использованы статистические таблицы базы данных показателей муниципальных образований официального интернет-портала Федеральной службы государственной статистики РФ за период 2011–2015 годов [3].

Полный расчет показателя среднедушевого значения валового муниципального продукта представить в рамках статьи не представляется возможным, здесь приведем лишь результаты расчета в 2015г. в форме гистограммы.



**Рис. 1. Оценка среднедушевого валового муниципального продукта муниципальных районов Краснодарского края в 2015 г. (составлено на основании авторских расчетов)**

Для оценки территориальной экономической дифференциации Краснодарского края воспользуемся статистическими показателями асимметрии и эксцесса. Показатель асимметрии в нашем случае равен 3,612. Если показатель асимметрии больше 0, это означает что преобладают положительные отклонения от среднего, наблюдается правосторонняя асимметрия. Т.е. по нашим расчетам преобладают районы с ВМП выше среднего значения, это можно отметить как положительный момент

Степень колеблемости исходных данных отражает показатель эксцесса. Если показатель эксцесса больше нуля, то ряд распределения является островершинным, а колеблемость показателя анализа в совокупности низкая. Если показатель эксцесса меньше нуля, то ряд распределения является низковоершинным (кривая пологая), а вариация сильная. В нашем случае коэффициент эксцесса равен 13,493, т.е. дифференциация муниципальных районов по рассчитанному показателю среднедушевого уровня ВМП низкая.

Данное положение подтверждает, проведенный нами АВС-анализ.

АВС-анализ – метод структурного анализа, основанный на ранжировании объектов исследования по выбранным показателям. Объектом исследования являются муниципальные районы, показателем анализа – расчетный суммарный уровень ВМП в 2015г. Техника АВС-анализа предусматривает группировку ранжированных объектов с точки зрения их весомости для выбранного показателя анализа: группа А вносит значительный вклад в анализируемый показатель, группа В – вносит средний вклад, группа С – незначительный вклад. Результаты АВС-анализа представлены в таблице 2.

Таблица 2

## Ранжирование муниципальных районов по уровню расчетного ВМП

Муниципальный район	ВМП, млн руб.	Доля в общем составе МР, %	Доля в составе МР нарастающим итогом, %	Доля в суммарном ВМП, %	Доля в суммарном ВМП нарастающий итогом, %	Группа
Туапсинский	29096,46	2,70	2,70	7,17	6,83	А (19)
Темрюкский	21799,01	2,70	5,41	5,37	12,20	
Тимашевский	19626,99	2,70	8,11	4,84	17,04	
Тихорецкий	19186,65	2,70	10,81	4,73	21,77	
Славянский	18936,36	2,70	13,51	4,67	26,43	
Северский	16938,85	2,70	16,22	4,17	30,61	
Крымский	16289,19	2,70	18,92	4,01	34,62	
Кавказский	16075,43	2,70	21,62	3,96	38,58	
Выселковский	15328,07	2,70	24,32	3,78	42,36	
Ейский	15298,09	2,70	27,03	3,77	46,13	
Усть-Лабинский	15246,17	2,70	29,73	3,76	49,89	
Каневской	14238,49	2,70	32,43	3,51	53,39	
Динской	13982,41	2,70	35,14	3,45	56,84	
Белореченский	11813,77	2,70	37,84	2,91	59,75	
Гулькевичский	11376,76	2,70	40,54	2,80	62,55	
Лабинский	11223,62	2,70	43,24	2,77	65,32	
Абинский	10811,00	2,70	45,95	2,66	67,98	
Красноармейский	10475,56	2,70	48,65	2,58	70,56	
Кореновский	9757,85	2,70	51,35	2,40	72,97	
Новокубанский	9734,52	2,70	54,05	2,40	75,37	В (12)
Кушеский	9208,20	2,70	56,76	2,27	77,64	
Ленинградский	8316,53	2,70	59,46	2,05	79,69	
Курганинский	8309,45	2,70	62,16	2,05	81,73	
Павловский	8129,29	2,70	64,86	2,00	83,74	
Апшеронский	7431,95	2,70	67,57	1,83	85,57	С (6)
Мостовский	7026,93	2,70	70,27	1,73	87,30	
Брюховецкий	6078,74	2,70	72,97	1,50	88,80	
Староминский	5455,53	2,70	75,68	1,34	90,14	
Тбилисский	5351,58	2,70	78,38	1,32	91,46	
Щербиновский	5051,89	2,70	81,08	1,24	92,70	
Приморско-Ахтарский	4828,19	2,70	83,78	1,19	93,89	
Успенский	4759,79	2,70	86,49	1,17	95,07	
Отрадненский	4622,31	2,70	89,19	1,14	96,21	С (6)
Калининский	4196,30	2,70	91,89	1,03	97,24	
Новопокровский	4009,52	2,70	94,59	0,99	98,23	
Белоглинский	3501,61	2,70	97,30	0,86	99,09	
Крыловский	2316,24	2,70	100,00	0,57	100,00	С (6)
Итого	405829,29	100,00	-	100,00	-	-

Таким образом, 51% или 19 муниципальных районов обеспечивает около 73% суммарно значения валового муниципального продукта, 33% или 12 муниципальных районов обеспечивают порядка 21% суммарного ВМП, 16% или 6 муниципальных районов обеспечивают 6% суммарного ВМП. Группа А оказалась самая многочисленная, что не характерно для АВС-анализа, который основан на т.н. принципе Паретто, в основе которого идея дисбаланса между результатом и затратами (иными словами группа А, как правило самая малочисленная, а группа С – наоборот самая многочисленная). Но в данном случае, как было показано ранее дифференциация муниципальных районов по рассчитанному показателю уровня ВМП низкая, причем преобладают районы с ВМП выше среднего значения. На основе проведенных расчетов можно сделать вывод о том, что степень территориальной неравномерности и направления социально-экономических изменений в крае идет в направлении конвергенции – сближения.

Если сравнить результаты АВС-анализ с рейтинговой оценкой Краснодарстата и комплексной оценкой социально-экономического развития Министерства экономики Краснодарского края, то оказывается, что в группу А и В вошли все муниципальные районы, имеющие промышленное приоритетное направление и развитый курортно-туристский комплекс. Районы-лидеры: Выселковский, Тем-

рюкский, Туапсинский находятся в группе А. Районы группы С: Калининский, Крыловский, Отраденский, Новопокровский, Успенский имеют низкий рейтинг по методике Краснодарстата. Распределение районов по методике Министерства экономики более жесткое, имеет только три градации, но в отношении лидеров положение сохраняется.

Исследование межмуниципальной социально-экономической дифференциации направлено на выявление причин, обуславливающих территориальные особенности развития, и предполагает проведение комплексного сравнительного анализа муниципальных образований. Такая задача связана с формированием системы показателей оценки социально-экономического положения муниципалитетов и определением методов проведения их сравнительной оценки, в том числе с позиции анализа конкурентоспособности.

#### Литература

1. Гриценко, С.В. Статистическая оценка и анализ уровня социально-экономического развития муниципальных районов Воронежской области / С.В. Гриценко // Экономический анализ: теория и практика. – 2009. – № 22 (151). – С. 15–23.
2. Рейтинговая оценка развития муниципальных образований Краснодарского края. Аналитический обзор / Краснодарстат. – 2015. – 39 с.
3. База данных показателей муниципальных образований / Росстат. – Режим доступа: <http://www.gks.ru/dbscripts/munst/munst03/DBInet.cgi>

УДК 657.631.8

**А.С. Зоркальцева, студент**

*Научный руководитель: В.Ю. Епанчинцев, канд. экон. наук, доцент  
г. Омск, Омский государственный аграрный университет им. П.А. Столыпина*

### ФОРМЫ И МЕТОДЫ ФИНАНСОВОГО КОНТРОЛЯ В АПК

Агропромышленный комплекс – самый крупный народохозяйственный комплекс страны, включающий три сферы отраслей, которые связаны между собой – сельское хозяйство, отрасли «до» и «после» сельского хозяйства. Агропромышленное производство состоит из технического обслуживания и материально-технического обеспечения производства. На долю агропромышленного комплекса приходится около 30% работников отрасли материального производства, и около 25% основных фондов. Уровень жизни населения зависит от устойчивого функционирования аграрного сектора [4].

В связи с введением экономических санкций, в аграрном секторе происходят институциональные преобразования, реформирование сельскохозяйственных предприятий, улучшение их внутренних связей и интенсификации межхозяйственного сотрудничества. Принципиальные изменения сложившейся системы аграрных отношений были неизбежны и требовалась замена административно-распределительных, командных методов хозяйствования преимущественно экономическими, основанными на законах рынка. Но аграрные преобразования нужны и важны не сами по себе, а как условие повышения эффективности производства, обеспечения продовольственной безопасности страны.

Действенность финансового контроля, осуществляемого различными субъектами, зависит от взаимодействия, в том числе и с правоохранительными органами.

Финансовый контроль – это регламентированная нормами права деятельность государственных, муниципальных, общественных и иных хозяйствующих субъектов по проверке своевременности и точности финансового планирования, обоснованности и полноты поступления доходов в соответствующие фонды денежных средств, правильности и эффективности их использования.

Государственное регулирование – означает влияние государства на производство, переработку, реализацию сельскохозяйственной продукции, сырья [1].

Формами финансового контроля называют способы выражения и организации контроля.

По времени проведения контроля существуют три основные формы финансового контроля – предварительный, текущий и последующий.

Предварительный финансовый контроль ведется перед каким-либо финансовым мероприятием и выполняется вышестоящими органами управления хозяйством и органами финансово-кредитной системы при анализе финансовых планов, смет и других нормативных расчетов, открытии кредитов и перечислении бюджетных средств.

Текущий (оперативный) контроль ведется при выполнении операций с денежными средствами. Текущий контроль, используя данные бухгалтерского учёта, инвентаризаций, наблюдений, предотвращает финансовые правонарушения и регулирует риски. К объекту финансового текущего контроля относят: документацию, связанную с уплатой и получением денег. Затраты систематически сопоставляются с нормами расходования средств для оперативного выявления отклонений.

Последующий контроль ведется после совершения финансовых операций для того, чтобы дополнительно проверить их законность и обоснованность. Такой контроль выполняется посредством анализа отчётов и балансов, а также используется метод проверки и ревизии на предприятиях [2].

Под методами контроля понимают приёмы и способы его исполнения. Главными методами финансового контроля считаются:

- наблюдение;
- проверка;
- обследование;
- анализ;
- ревизия.

Наблюдение означает общее изучение состояния финансовой деятельности объекта.

Проверка касается основных вопросов финансовой деятельности, проводится на месте, использует балансовые, отчётные, расходные документы, чтобы выявить нарушения финансовой дисциплины и устранения последствий этих нарушений.

Обследование проводят по отдельным сторонам финансовой деятельности, оно охватывает более широкий круг показателей, это является отличием этого метода от проверки. При обследовании используются приёмы: опрос и анкетирование. Результаты обследования используются для оценки финансового положения объекта контроля, необходимости реорганизации производства.

Анализ имеет своей целью выявление нарушений финансовой дисциплины. Он проводится на базе текущей или годовой отчётности, используется системный и пофакторный подходы и приёмы: средние и относительные величины, группировка, индексный метод.

Основополагающим методом финансового контроля является ревизия. Она проводится для того, чтобы установить законность финансовой дисциплины на конкретном объекте.

Ревизия носит обязательный и регулярный характер. Она проводится на месте и представляет собой проверку первичных документов, учётных регистров, отчётности, фактического наличия денежных средств.

Как правило, ревизия проводится по ранее составленной программе работы ревизоров, наделённых широкими правами:

- проверка первичных документов, отчётности, планов, смет, фактического наличия денег, ценных бумаг, ТМЦ, основных фондов;
- проведение частных и сплошных инвентаризаций;
- опечатывание складов, касс, кладовых;
- привлечение специалистов и экспертов для проведения ревизии;
- получение от должностных и материально ответственных лиц письменных разъяснений по возникающим вопросам [3].

Ревизии подразделяются на несколько видов:

По содержанию бывают документальные и фактические ревизии. Документальные представляют собой проверку финансовых документов, на основе которых определяется законность и целесообразность расхода средств. При фактической ревизии проверяют наличие денег, ценных бумаг, материальных ценностей.

По времени осуществления ревизии делятся на плановые и внеплановые. Как правило, ревизии проводятся по плану, созданному вышестоящими органами, министерствами, ведомствами. Плановые ревизии следует проводить не реже одного раза в год.

По исследуемому периоду деятельности – фронтальные и выборочные. Фронтальная ревизия проводится с целью проверки всей финансовой деятельности субъекта за определённый период. Выборочная (частная) ревизия проводится за какой-либо короткий промежуток времени.

По объёму ревизуемой деятельности – комплексные, когда происходит проверка финансовой деятельности субъекта в различных областях, и тематические, при которых обследуется какая-либо сфера финансовой деятельности [2].

Основными направлениями государственного регулирования агропромышленного производства являются:

- 1) Формирование и функционирование рынка сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия;
- 2) Финансирование, кредитование, страхование, льготное налогообложение;
- 3) Защита интересов отечественных товаропроизводителей при осуществлении внешнеэкономической деятельности;
- 4) Развитие науки и осуществление научной деятельности в сфере агропромышленного производства;
- 5) Развитие социальной сферы села;
- 6) Иные направления, определенные законодательством РФ.

Государство осуществляет финансирование агропромышленного производства за счёт средств федерального бюджета, бюджетов субъектов РФ и внебюджетных источников. [1]

Таким образом, финансовый контроль – самое важное средство обеспечения законности в финансовой и хозяйственной деятельности, а также он предупреждает бесхозяйственность и расточительность, выявляет факты злоупотреблений и хищений ТМЦ и денежных средств.

#### **Литература**

1. Рожкова Э.С. Государственный финансовый контроль / Э.С. Рожкова, Л.Н. Абрамовских. – Красноярск: Сиб. федер. ун-т, 2012. – 128 с.
2. Мельник М.В. Основы финансового контроля / Н.Д. Бровкина; М.В. Мельник; Финансовая Академия при Правительстве РФ. – М.: Магистр, 2011. – 384 с
3. Новиков Ю.И. Организационно-правовые основы судебно-бухгалтерской экспертизы: учебное пособие / Ю.И. Новиков, О.А. Блинов. – Омск: Изд-во ОмГАУ им. П.А. Столыпина, 2014. – 96 с.
4. Тихонова А.В. Государственное регулирование основных факторов производства в АПК: монография / А.В. Тихонова. – М.: ИНФРА-М, 2017. – 122 с.

**УДК 657.631.8**

***А.С. Зоркальцева, студент***

*Научный руководитель: В.Ю. Епанчинцев, канд. экон. наук, доцент  
г. Омск, Омский государственный аграрный университет им. П.А. Столыпина*

### **УЧЕТ ИНВЕНТАРИЗАЦИИ РАСЧЕТОВ С КОНТРАГЕНТАМИ**

Положение по бухгалтерскому учету и отчетности гласит, что прежде чем составлять отчетность, должна быть проведена инвентаризация активов и обязательств.

Методические указания по инвентаризации имущества и обязательств содержат в себе правила проведения инвентаризации.

Итак, в пункте 1.2 методических указаний указано, что задолженность дебиторов – это имущество организации, а задолженность кредиторов и резервы являются финансовыми обязательствами [3].

Инвентаризация производится методом проверки сумм на соответственных счетах учета, и в свою очередь раскрываются задолженности с истекшим сроком исковой давности.

Инвентаризация проводится путем проверки сумм, числящихся на соответствующих счетах бухгалтерского учета на конец года, а также выявляется дебиторская и кредиторская задолженность с истекшим сроком исковой давности [1].

Пункт 3.44 указаний состоит в проверке обоснованности сумм на счетах учета. Проверке подвергаются следующие счета бухгалтерского учета:

- 60 «Расчеты с поставщиками и подрядчиками»;
- 62 «Расчеты с покупателями и заказчиками»;
- 63 «Резервы по сомнительным долгам»;
- 66 «Расчеты по краткосрочным кредитам и займам», 67 «Расчеты по долгосрочным кредитам и займам»;
- 68 «Расчеты по налогам и сборам»;
- 69 «Расчеты по социальному страхованию и обеспечению»;

- 70 «Расчеты с персоналом по оплате труда»;
- 71 «Расчеты с подотчетными лицами»;
- 73 «Расчеты с персоналом по прочим операциям»;
- 75 «Расчеты с учредителями»;
- 76 «Расчеты с разными дебиторами и кредиторами»;
- 79 «Внутрихозяйственные расчеты» [2].

В соответствии с пунктом 2.2 методических указаний, чтобы проводить инвентаризацию, нужно создать инвентаризационную комиссию. А также, результаты инвентаризации оформляются документально.

Организацией разрабатываются первичные документы, формы которых приведены в приложениях 1–18 методических указаний, а также, которые содержатся в альбомах унифицированных форм.

Итоги годовой инвентаризации должны отражаться в отчетности, несоответствия учитываются на счетах не позднее 31 декабря отчетного периода [1].

Под инвентаризацией расчетов с дебиторами, кредиторами, покупателями, поставщиками, подразумевается ревизия обоснованности числящихся на балансе сумм задолженностей. Правильность их отражения помогает оценить сверка расчетов, которую проводит организация с контрагентами на 31 декабря отчетного периода, которая в свою очередь, оформляется актами.

Акт сверки составляется в форме, разработанной организацией, по каждому дебитору и кредитору в двух экземплярах (для организации и контрагента), он позволяет выявлять ошибки в ведении учета, а также избегать разногласий с контрагентами. Когда дебитор подписывает документ – он соглашается с состоянием расчетов и показывает готовность погасить долги.

Акт сверки расчетов служит основанием списания безнадежных долгов после истечения срока их исковой давности. Он нужен и когда организация обращается в суд для взыскания долга с контрагента за товары и услуги [3].

Правила оформления акта сверки:

- в начале документа по центру пишется наименование документа, под ним перечисляются наименования сторон;
- указывается договор, по которому составлен акт сверки расчетов. Претензии могут рассматриваться только в рамках действующих договоров;
- в табличной части для каждого контрагента отводится поле для заполнения данных по общим позициям. Представляются ссылки на первичные документы. В конце таблицы подводятся итоги по данным каждой стороны для определения наличия/отсутствия задолженности, которая будет определена после сверки расчетов;
- в конце документа указывается итоговая сумма задолженности по данным каждого контрагента. Определяется место для подписи и Ф.И.О. уполномоченных, подписавших акт.

Чтобы акт сверки стал правомерным, он должен быть подписан с обеих сторон уполномоченными лицами.

Основной частью акта сверки – табличная, в ней заложена информация о проведенных контрагентами операциях. Она состоит из двух частей: в левой отражаются факты хозяйственной жизни организации – составителя документа. Она включает четыре столбца. В первом из них указывается порядковый номер записи, во втором – краткое содержание хозяйственной операции, в третьем и четвертом – ее денежное выражение по дебету или кредиту. Правая часть таблицы остается незаполненной; данные туда записываются контрагентом при проведении им сверки.

Итак, в акт вносятся в хронологическом порядке записи обо всех операциях между организацией и контрагентом за определенный период. Далее подсчитываются обороты по дебету и кредиту и определяется конечное сальдо на нужную дату.

Если проблем и ошибок не возникло, то суммы, полученные после заполнения первой и второй вкладки, будут выглядеть зеркально в таблице.

При получении акта контрагент должен проверить все данные в нем и внести свои, а расхождения он должен зафиксировать в этом акте.

После отражения необходимых сведений контрагент возвращает акт организации.

При выявлении несоответствий, в результате ошибочных действий бухгалтера, в учете должны быть составлены корректировочные записи в порядке, установленном п. 5 ПБУ 22/2010 «Исправление ошибок в бухгалтерском учете и отчетности».

Так, например, ошибка отчетного года, выявленная до окончания этого года, исправляется записями по соответствующим счетам бухгалтерского учета в том месяце отчетного года, в котором выявлена ошибка.

Инвентаризационные разницы могут быть отражены следующим образом:

Таблица 1

**Корректировка по учету инвентаризационных разниц [5]**

Факт хозяйственной жизни	Дебет	Кредит
Исправлена ошибка, выявленная в результате инвентаризации расчетов с поставщиками, выразившаяся в неполном отражении в учете стоимости приобретенных товаров	41	60
Списана кредиторская задолженность перед поставщиком (покупателем), по которой истек срок исковой давности	60 (62, 76)	91–1
Списана дебиторская задолженность перед поставщиком (покупателем), по которой истек срок исковой давности	91–2	60 (62, 76)
Сумма списанной дебиторской задолженности учтена за балансом	007	

Создавать резервы по сомнительным долгам организация обязана по всей «дебиторке», в том числе по задолженности поставщиков и подрядчиков по выданным им авансам, задолженности работников и третьих лиц по предоставленным им займам.

Резерв создается в случае признания задолженности сомнительной.

Критерии, при наступлении которых задолженность считается сомнительной, устанавливаются предприятием самостоятельно (отражаются в учетной политике). Бухгалтер, который ведет счета учета расчетов, должен четко знать данные критерии и своевременно создавать резервы.

Если задолженность дебиторов является сомнительной, бухгалтер должен оценить вероятность погашения долга и определить величину резерва – чем выше вероятность, тем меньше размер резерва по сомнительному долгу, и наоборот – чем ниже вероятность возвращения долга, тем больше резерв [2].

Итак, в ходе инвентаризации резервов по сомнительным долгам инвентаризационная комиссия анализирует каждую сумму по счету 63 на предмет соответствия ее критериям и на ее соразмерность.

Суммы резерва по сомнительным долгам на конец отчетного года учитываются способом, принятым в организации:

- либо с присоединением неизрасходованных сумм резерва (созданного годом раньше) к финансовым результатам и одновременным созданием нового резерва;
- либо с пересмотром величины резерва – проверкой обоснованности сумм с 63 счета, а если необходимо – с осуществлением соответствующих корректировок [3].

Например, при экономической ситуации, когда на конец года в учете организации числилась неизрасходованная сумма резерва по сомнительному долгу – 500 000 руб. В ходе инвентаризации было установлено, что вероятность погашения долга снизилась, поэтому указанный резерв было решено увеличить до 700 000 руб.

Таблица 2

**Способы отражения в бухгалтерском учете результатов инвентаризации [3]**

Факт хозяйственной жизни	Дебет	Кредит	Сумма, руб.
<b>1–й способ отражения результатов инвентаризации</b>			
Восстановлен резерв по сомнительным долгам	63	91–1	500 000
Сформирован новый резерв по сомнительным долгам	91–2	63	700 000
<b>2–й способ отражения результатов инвентаризации</b>			
Пересмотрена (дооценена) величина резерва по сомнительным долгам	91–2	63	200 000

Результаты инвентаризации расчетов оформляются следующим образом:

1. Итоги ревизии заносятся в справку, которая является приложением к акту по форме N ИНВ–17. В данной справке указываются:

- реквизиты каждого дебитора и кредитора организации;
- дата и причина возникновения задолженности;
- сумма задолженности.

2. Далее по этой справке составляется акт инвентаризации расчетов формы N ИНВ–17 в двух экземплярах, который подписывают ответственные лица инвентаризационной комиссии.

Один экземпляр акта передается в бухгалтерию, второй остается в комиссии.

В акте указываются:

- 1) наименование организации, проводящей инвентаризацию;



- 2) подразделение, где проводится инвентаризация;
- 3) ссылка на приказ, по которому проводится инвентаризация;
- 4) порядковый номер и дата составления документа;
- 5) дата проверки состояния задолженности дебиторов и кредиторов;
- 6) наименования организаций–дебиторов; номер счета бухгалтерского учета, на котором учитываются задолженности дебиторов; полная сумма задолженности дебиторов по каждому контрагенту; сумма задолженности, которую дебитор не подтвердил и по которой истек срок исковой давности;
- 7) наименования организаций–кредиторов; номер счета бухгалтерского учета, на котором учитывается задолженность кредиторов;
- 8) полная сумма задолженности кредиторов по каждому контрагенту;
- 9) сумма задолженности, которую кредитор не подтвердил и по которой истек срок исковой давности;
- 10) итоговая сумма по каждому виду задолженности.

3. После получения итогов инвентаризации, руководство организации утверждает результаты и выносит решение о создании резервов по сомнительным долгам, списании безнадежной и с истекшим сроком исковой давности задолженности [1].

Таким образом, инвентаризация расчетов требует детального анализа расчетов с каждым контрагентом. Поэтому бухгалтерская служба организации должна проводить проверку остатков на счетах. Сверка расчетов по задолженностям дебиторов и кредиторов позволяет получить достоверную информацию о долгах контрагентов и организации.

#### Литература

1. Приказ Минфина РФ от 13.06.1995 N 49 (ред. от 08.11.2010) «Об утверждении Методических указаний по инвентаризации имущества и финансовых обязательств».
2. Приказ Минфина РФ от 31.10.2000 N 94н (ред. от 08.11.2010) «Об утверждении Плана счетов бухгалтерского учета финансово-хозяйственной деятельности организаций и Инструкции по его применению».
3. Бурсулая Т.Д. Инвентаризация расчетов с контрагентами / Т.Д. Бурсулая // Отдельные вопросы учета – Инвентаризация, недостачи/излишки, потери, брак. – 2016.
4. Блинов О.А. Актуальные вопросы организации учёта дебиторской и кредиторской задолженности / О.А. Блинов, Ю.А. Лаврищева // Научно-методический электронный журнал «Концепт». – 2015. – Т. 13. – С. 3156–3160.
5. Новиков Ю.И. Учет оценочных резервов и обязательств: Электронное учебно-методическое пособие / О.В. Шумакова, Е.В. Коваленко, Ю.И. Новиков // Хроники объединенного фонда электронных ресурсов «Наука и образование». – 2014. – Т. 1. № 1 (56). – С. 43.

УДК 631.162

*А.С. Зоркальцева, В.И. Кравченко, студенты*

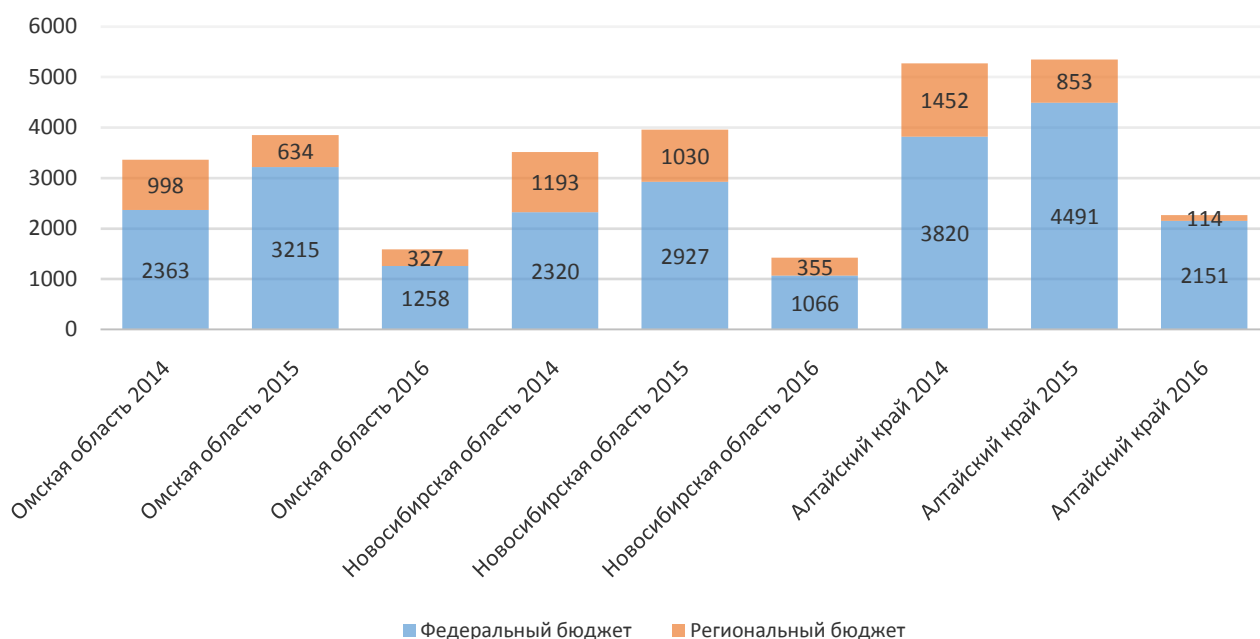
*Научный руководитель: О.П. Зайцева, ст. преподаватель*

*г. Омск, Омский государственный аграрный университет им. П.А. Столыпина*

## МЕТОДИКА БЮДЖЕТНОЙ ПОДДЕРЖКИ РЕГИОНАЛЬНОГО АПК

Сложившаяся практика двухканальной поддержки федерального и регионального доходов, так или иначе, нарушают условие равной конкуренции, разрывают единое рыночное пространство, образуют преимущества для одних товаропроизводителей перед другими. Главной необходимостью является то, что функции государства по субсидированию уровня доходов нужно сосредотачивать на федеральном уровне.

Данные о динамике расходов федерального и областного бюджетов по разделу «Сельское хозяйство» Омской области и других регионов округа представлены на диаграмме (рисунок 1).



**Рис. 1. Динамика расходов федерального и областного бюджетов по разделу «Сельское хозяйство» Омской области и других регионов округа, млн рублей**

Рассмотрев предоставленные данные, можно сделать вывод о том, что расходуемые средства на сельское хозяйство по Омскому региону в 2016 году заметно снизились по сравнению с 2014 годом. По федеральному бюджету на 1105 тыс. руб., а по региональному расходы уменьшились на 671 тыс. руб. Если проанализировать расходуемые средства Омского региона с другими регионами, то можно сказать, что Омский регион занимает последнее место.

Сравнение некоторых бюджетных расходов на сельское хозяйство в Омской области и ближайших областях, показало, что расходы на сельское хозяйство других регионов не значительно превышают аналогичные расходы Омского бюджета. Таким образом, организации агропромышленного комплекса двух других регионов обладает небольшими конкурентными преимуществами по отношению к Омским агропромышленным предприятиям. Данная ситуация, в первую очередь, негативно сказывается на перерабатывающей промышленности Омского региона. По данным рисунка 1, можно предположить, что в ближайшее время перерабатывающие предприятия Омского региона не будут вытеснены конкурентами с сырьевых рынков и с рынков готовой продукции.

Концепцией экономической политики Омской области предусмотрено расширение объемов производства продовольствия для обеспечения населения области полноценными продуктами питания и наращивания объемов вывоза сельхозпродукции за пределы области на общероссийский рынок. Программой социально-экономического развития области намечено увеличение валового регионального продукта. Поэтому производство сельскохозяйственной продукции следует стимулировать. Увеличение расходов на сельское хозяйство (СХ) в бюджете Омской области, может вывести регион из сложившейся ситуации.

Процедура представляет собой обеспечение связи уровня бюджетного финансирования и валовой продукции сельского хозяйства. Так как сельское хозяйство является отраслью, которая дает значимый мультипликативный эффект в других отраслях экономики, планирование общей суммы выделяемых на поддержку СХ средств, можно осуществить с учетом ее приоритетности, отталкиваясь от прошлогоднего уровня, путем установления конкретной суммы расходов бюджета, используя следующую методику:

1. Определение уровней поддержки СХ производства в расчете на 1 руб. валовой продукции СХ в текущих ценах из регионального бюджета;

2. Сравнение их значений, и, если региональный показатель поддержки СХ в расчете на 1 руб. валовой продукции будет ниже среднего, ставится задача достижения среднего значения.

Предлагается осуществлять расчет общего объема поддержки по формуле:

$$S = K * C \quad (1),$$

где S – сумма средств, выделяемых из регионального бюджета на поддержку сельского хозяйства на следующий год;

К – уровень поддержки сельского хозяйства в расчете на 1 р. валовой продукции в среднем по Сибирскому округу в действующих ценах за последний год;  
С – стоимость валовой продукции сельского хозяйства в регионе за последний год.

Таблица 1

**Данные для расчета объема поддержки регионального АПК**

Показатели 2015 г.	Омская область	Новосибирская область	Алтайский край
1. Стоимость валовой продукции сельского хозяйства в регионе за последний год, млн руб	96365,0	85297,0	141356,0
2. Уровень поддержки сельского хозяйства, млн руб	3849	3957	5344
3. Уровень поддержки сельского хозяйства в расчете на 1 р. валовой продукции	0,04	0,046	0,038

Применив данную формулу (1), получаем, что при планировании расходов регионального бюджета на следующий год необходимо как минимум довести сумму средств по разделу «Сельское хозяйство и рыболовство» до 3983 млн руб.  $(96365 \cdot (0,04 + 0,046 + 0,038) / 3)$  с уровня 2015 года 3849 млн руб., что на 134 млн руб. больше.

Если уровень поддержки агропромышленного комплекса в расчете на единицу валовой продукции из регионального бюджета уже достиг аналогичного показателя в среднем по Сибири, то объемом выделяемых средств на поддержку регионального агропромышленного комплекса следует планировать в соответствии с целями, указанными в плане социально-экономического развития региона. Так, например, один из уровней поддержки, заключается в выделении дополнительных средств на конкретные программы. Данная поддержка соответствует одному из предложенных выше направлений трансформации политики поддержки регионального агропромышленного комплекса (формула 2).

$$S = K \cdot C + N \quad (2)$$

где N – сумма средств, необходимых для реализации новых программ, инвестиционных проектов.

Вышеперечисленные формулы расчета объемов поддержки агропромышленного комплекса (АПК) из регионального бюджета ориентированы на ситуацию, когда поддержка АПК из федерального бюджета в России на продукцию сельского хозяйства (СХ) снижаться не будет. Ситуация со снижением федеральной поддержки не рассматривается, поскольку уровень поддержки АПК в Российской Федерации (РФ) в настоящее время намного ниже, чем в странах с развитой экономикой, и его дальнейшее снижение недопустимо.

Расчет объема поддержки производится по методике, простой на первый взгляд, однако обеспечивающей большое количество преимуществ при ее использовании на практике.

В первую очередь, обеспечивается автоматизация при реализации федеральной аграрной политики на уровне регионов.

К примеру, политика увеличения расходов бюджета последовательно (на рубль валовой продукции СХ) будет стимулировать ежегодно отраслевую поддержку в регионах.

По достижению максимально возможного правилами ВТО уровня поддержки, будет приостановлено увеличение расходов на федеральном уровне, в то время как в регионах сумма затрат на поддержку СХ будет стабилизироваться.

Во-вторых, подобного рода подходы способны способствовать выравниванию условий хозяйствования сельских производителей товаров в различных регионах. Таким образом, регионы с низким уровнем поддержки СХ вынуждены доходить до среднероссийского уровня из поддержки, а также способна существовать справедливая конкуренция на рынке товаропроизводителей.

В-третьих, такие подходы могут обеспечить предсказуемость политики органов власти на региональном уровне в сфере поддержки СХ, что поспособствует товаропроизводителям принимать обоснованные управленческие решения.

В-четвертых, данная методика весьма проста, в связи с чем при реализации необходим минимум информации, а также не требует проведения сложных расчетов.

Во время планирования расходов на поддержку СХ на среднесрочную перспективу учитываются цели программы социально-экономического развития регионов по части увеличения объемов производства продукции СХ, а также возможности финансирования расходов на основе данных перспективного финансового плана.

**Литература**

1. Зайцева О.П. Планирование бюджетных расходов для АПК // Вестн. Ом. ун-та. Сер. Экономика. – № 2. – 2011. – С. 238–240.

2. Зайцева О.П. Трансформация региональной политики Поддержки АПК Омской области в условиях присоединения к ВТО // Аграрный вестник Урала. Сер. Экономика. – № 4. – 2012. – С. 69–72.
3. Козлова О.А. Формирование маркетинговых стратегий развития рынка органической продукции на основе теории жизненных циклов // Практический маркетинг. – 2011. – № 5 (171). С. 10–18.
4. Коляда А.А. Система государственной поддержки АПК в региональном аспекте // Финансы и кредит. 2009. № 37.
5. Основные направления и механизмы адаптации российского АПК к правилам ВТО / В.В. Сафронов, В.П. Терехов, А.В. Боев, Н.О. Шумакова. – Курск: Изд-во Курск. гос. с.-х. ак., 2014.
6. Федеральная служба государственной статистики РФ [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://gks.ru>

УДК 338.43

*Т.С. Зубарь, студентка*

*А.В. Родин, канд. экон. наук, доцент*

*г. Краснодар, Кубанский государственный университет*

## **ВЫЗОВЫ И ТРЕНДЫ РАЗВИТИЯ АПК КРАСНОДАРСКОГО КРАЯ**

Краснодарский край является одним из самых экономически развитых регионов страны. Он имеет самое выгодное экономическое положение как в Южном федеральном округе, так и в России в целом. Благодаря своим благоприятным климатическим условиям, и темпам развития АПК, край производит более 80% продовольственных товаров, что делает его одним из ведущих продовольственных регионов РФ. Обширные угодья с плодотворными почвами определили основное направление экономики региона – мощные АПК по производству, обработке и поставке в другие регионы сельскохозяйственной продукции [1].

Несмотря на данный потенциал недостаточное развитие получает «зеленая» экономика, в первую очередь, ключевой проблемой остается применение технологий органического земледелия [2], формирование системы экологически устойчивого развития региона в целом [3]. В сельских территориях отсутствуют какие-либо значительные возможности финансирования данных направлений развития из средств местного бюджета [4]. Современная аграрная политика все еще не обеспечивает достижения целей ни устойчивого развития сельских территорий и, как результат, повышения качества жизни сельского населения [5].

В связи с выдвинутыми санкциями странами Европейского союза, США, Канада, Австралия и Норвегия против России вопрос развитие мощного агропромышленного комплекса Краснодарского края стал еще актуальнее. Положительным моментом влияния санкций на АПК края, в первую очередь, стало уменьшение объемов ввозимых товаров, тем самым избавление от иностранных конкурентов и возможностью малым хозяйствам заявить о себе. Во-вторых, были предприняты меры для реализации политики импортозамещения.

Проблема импортозамещения, то есть замены на российском рынке товаров иностранного производства отечественными, не инновационна и периодически поднимается для обсуждения, поскольку политика импортозамещения является в первую очередь государственной стратегией, которая представляет программу развития экономики страны, включающую перечень мероприятий, направленных на снижение зависимости отечественной экономики от импорта. Применение новой стратегии «импортозамещения» должно повысить конкурентоспособность российской продукции и открыть дорогу к развитию в новой сфере производства.

Важнейшим направлением реализации данной стратегии является подъем аграрной экономики через развитие кооперации и агропромышленной интеграции. Интегрированные структуры, объединяющие различные звенья – от производства сельскохозяйственной продукции до ее реализации конечным потребителям, более эффективны и приспособлены к условиям рыночной экономики. Они получают распространение во многих регионах Российской Федерации и характеризуются большим разнообразием по организационно-правовым формам, составу участников, видам деятельности, формам собственности. В таблице 1 отражена производимая разными категориями хозяйств продукция сельского хозяйства в фактических ценах в Краснодарском крае в 2015 году.

Таблица 1

**Продукция сельского хозяйства по категориям хозяйств в 2015 году**

	Хозяйства всех категорий (млн руб)	Сельскохозяйственные организации (млн руб)	Хозяйства населения (млн руб)	Крестьянские (фермерские) хозяйства (млн руб)
Продукция сельского хозяйства	333582	204519	70403	58660
Растениеводство	242433	151139	35646	55648
Животноводство	91149	53380	34757	3012

Таким образом, мы наглядно видим, что сельскохозяйственные организации имеют огромное значение как для развития сельскохозяйственного сектора Кубани, так и для её экономики. Также из таблицы 1 видно, что в крае больше развита сфера растениеводства.

Краснодарский край занимает первое место в стране по объему производства зерна, сахарной свеклы, плодов и ягод. В 2015г. посевы зерновых культур занимали 67% общей посевной площади, технических – 22%, картофеля и овощебахчевых культур – 4%, кормовых – 8%. Более 134 тыс. гектаров было занято под рисосеянием. Политика импортозамещения улучшила ситуацию в сельском хозяйстве. Краснодарский край продолжает оставаться ведущим по производству зерна. В 2015г. в крае произведено 13% валового сбора страны, сахарной свеклы – 18%, семян подсолнечника – 11%, плодов и ягод – 12%. В таблице 1 показана динамика площади валового сбора сельскохозяйственных культур [6]. Таким образом, валовой сбор зерновых и зернобобовых культур за пять лет вырос на 296 тысяч гектаров, сбор технических культур снизился на 76 тысяч гектаров, так же спад объемов сбора произошел среди картофеля, овощебахчевых культур и кормовых культур.

Такая отрицательная динамика в настоящее время может быть связана с рядом проблем:

- сложность получения кредитов;
- жесткие требования банков к заемщикам;
- отсутствие оборотных средств у малых предприятий;
- замораживание объектов реконструкции и модернизации;
- снижение и без того низких цен оптовых закупщиков.

Но главной проблемой все же остается недостаточное финансирование со стороны государства. Не смотря на существование разнообразных форм поддержки в сфере малого бизнеса [7], в агропромышленном комплексе края ее уровень недостаточно высок. Малые формы хозяйствования края в АПК в 2017 году получают лишь 63,7 млн рублей поддержки [8], что составляет менее 0,1% общего объема в данной сфере. Динамика государственной поддержки на развитие АПК на Кубани представлена на рисунке 1.

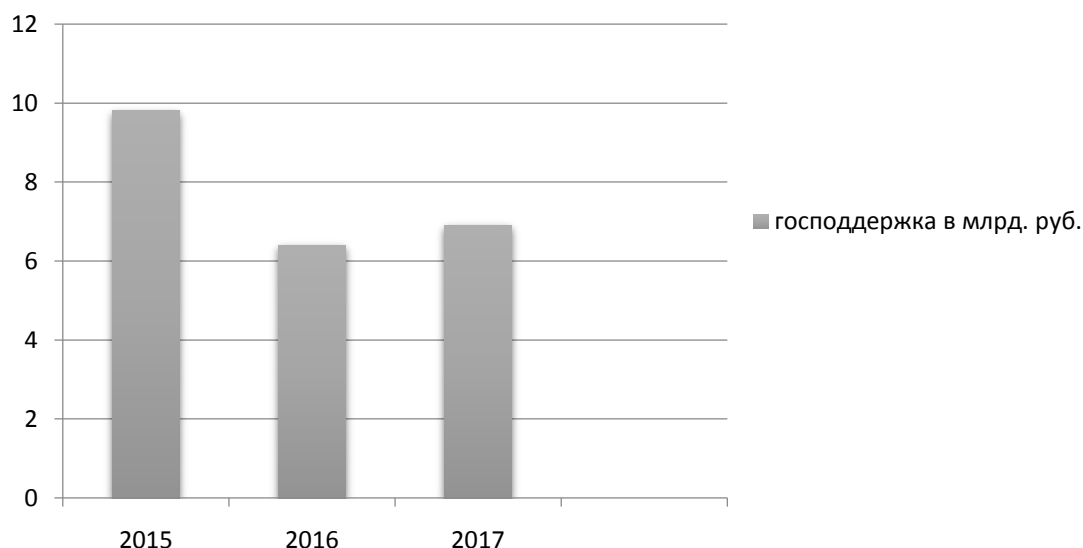
**Рис. 1. Государственная поддержка АПК Краснодарского края**

Таблица 2

## Площадь валового сбора сельскохозяйственных культур (тысяч гектаров)

Показатели	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Вся посевная площадь	3634	3621	3600	3657	3658	3679
Зерновые и зернобобовые культуры	2155	2177	2166	2390	2411	2451
Озимые зерновые культуры	1503	1466	1224	1533	1560	1607
Пшеница	1310	1307	1128	1387	1398	1470
Рожь	1	1	0,4	1	1	0,4
Ячмень	189	155	92	142	158	133
Яровые зерновые культуры	652	711	942	857	851	844
Пшеница	6	5	10	5	3	4
кукуруза на зерно	413	470	657	621	622	622
Ячмень	53	51	82	58	58	42
Овес	12	12	18	14	10	12
просо	3	2	1	1	1	1
Гречиха	0,2	0,2	1	0,3	0,3	0,2
рис	133	135	133	126	131	134
зернобобовые	31	34	38	29	25	28
Технические культуры	873	841	877	785	810	797
сахарная свекла	196	212	193	130	138	156
масличные	668	624	682	653	670	632
подсолнечник	494	454	474	454	453	436
рапс озимый	26	28	20	38	43	17
соя	141	132	173	153	166	167
Картофель и овощебахчевые	138	140	140	129	128	132
картофель	59	60	59	56	56	57
овощи	65	65	66	62	63	65
бахчевые	11	12	11	9	7	8
Кормовые культуры	468	463	417	353	309	299
многолетние травы	220	226	202	186	174	166
однолетние травы	100	99	82	63	48	46
кукуруза на силос, зеленый корм и сенаж	140	131	128	100	83	82

Все вышесказанное свидетельствует о том, что Краснодарский край несомненно является стратегически важным для России, но для дальнейшего его развития необходимо развивать АПК. Для эффективного инвестирования сельского хозяйства требуется не только упростить процедуры финансирования, но и заинтересовать потенциальных инвесторов, привлекать к инвестированию частные бизнес-структуры и обеспечивать поддержку мелких сельскохозяйственных предприятий.

## Литература

1. Кострицкая Н.В. Современные тенденции экономического развития сельского хозяйства в Краснодарском крае // Наука сегодня: сборник научных трудов по материалам международной научно-практической конференции (г. Вологда, 23 сентября 2015 г.): в 4 частях. Часть 2. – Вологда: ООО «Маркер», 2015. С. 37–38.
2. Родин А.В. «Зеленая» экономика: формирование точек роста / А.В. Родин, К.Н. Бабичев // Экологическая безопасность региона: Сборник статей VIII Международной научно-практической конференции естественно-географического факультета (10-11.11.2016 г., г. Брянск). – Брянск: Изд-во БГУ, 2016. С. 124–128.
3. Родин А.В. Формирование системы экологически устойчивого местного развития / А.В. Родин, К.О. Авакян // Экономика и предпринимательство. – 2016. – № 11 (ч. 2) (76-2). С. 323–327.
4. Родин А.В. Обеспечение устойчивости сельского развития в условиях изменения бюджетного законодательства / А.В. Родин, Е.Н. Алексеева // Конкурентоспособность в глобальном мире: экономика, наука, технологии. – 2016. – № 7, ч. 2. С. 83–88.
5. Родин А.В. Обеспечение устойчивости экономики региона: аграрное или сельское развитие? / А.В. Родин, И.Н. Пивоварова // Успехи современной науки: Международный научно-исследовательский журнал. – Белгород: Изд-во Ключев С.В. – 2016. – № 11, том 3. С. 17–20.
6. Краснодарский край в цифрах. 2015: Стат. сб. / Краснодарстат. – Краснодар, 2016. – 307 с.
7. Родин А.В. Управление развитием малого бизнеса на государственном уровне / А.В. Родин // Вызовы XXI века: государственное, муниципальное, корпоративное управление: материалы международной научно-практической конференции (г. Сочи (Адлер), 1-4.10.2015). Часть 1 / отв. ред. А.В. Егупов. – Краснодар: Кубанский гос. ун-т, 2015. – С. 319–329.
8. Господдержка аграриев в Краснодарском крае в 2017 году / Официальный сайт администрации Краснодарского края. URL: <http://admkr.krasnodar.ru> (дата обращения: 17.03.2017).

## СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ МАРКЕТИНГОВОЙ ЛОГИСТИКИ В ТОРГОВОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

Современная рыночная экономика находится в постоянном развитии и обуславливает превышение предложения над спросом. Такое положение дел определяет высокую конкуренцию производителей и продавцов готовой продукции. Деятельность предприятий направлена на поиск и создание эффективных способов удержания уже имеющихся и привлечение новых потребителей.

Одним из основных инструментов, которые влияют на деятельность фирмы и положения ее на рынке является маркетинг. Стоит отметить, что маркетинг не охватывает всех сфер деятельности предприятия и воздействует только на часть бизнес-процесса. Следовательно, для наиболее эффективного функционирования и развития фирмы необходимо сформировать комплекс взаимосвязанных элементов, которые обеспечат цепь различных потоков с четко регламентированными отношениями. Такой комплекс свойственен логистическому характеру системы управления.

Вопросам сущности маркетинговой логистики посвящены работы отечественных и зарубежных исследователей. В частности, пристальное внимание изучаемой проблеме уделяют В.Ю. Никиткин и А.Н. Плотников [6], Т.А. Родкина [1]. Особое внимание маркетингу в своих научных работах выделяет О.А. Козлова [4], а роли и сущности логистики на предприятиях Е.Е. Щербик [8].

Современная экономика России функционирует по рыночным законам. В таких условиях на рынке существует широкая конкуренция компаний, которые ведут собственную самостоятельную политику организации своей деятельности и несут ответственность за результаты своей деятельности.

Конкуренция обуславливает необходимость предприятию постоянно совершенствовать свою деятельность с целью увеличения объемов продаж. В связи с этим наметилась тенденция интеграции таких относительно самостоятельных функций деятельности предприятия как маркетинг и логистики в единую систему «маркетинговой логистики».

Система маркетинговой логистики достаточно специфична. По своей сути маркетинг и логистика являются частями одного целого тесно взаимосвязанными между собой. Необходимо отметить, что они так же принципиально отличаются (рис. 1).



**Рис. 1. Отличие составляющих маркетинговой логистики**

Таким образом, сущность маркетинга заключается в том, что он является концепцией управления, которая ориентирована на рынок. Логистика по своей сути – это концепция управления, которая ориентирована на товарный поток. Однако в процессе осуществления практической деятельности происходит пересечение функций логистики и маркетинга.

Следовательно, система маркетинговой логистики охватывает деятельность предприятия, направленную на обеспечения целенаправленного влияния на рынки и поведение потребителей за счет полного представления о спросе на продукцию и возможности организовать своевременную доставку необходимой продукции до потребителя.

По мнению Е.А. Голикова, функциональное взаимодействие логистики и маркетинга способствует повышению покупательской ценности товара [3, с. 134]. Это обуславливает создание маркетинговой логистики, своевременно обеспечивающей потенциального покупателя широким выбором необходимой продукции.

А.М. Гаджинский считает, что именно объединение маркетинга и логистики в систему позволит предприятию улучшить свои позиции на рынке, так как необходимо своевременно удовлетворять выявленный спрос, что возможно только при эффективной логистической системе [2, с. 46].

В современной науке и практике возникает вопрос о преобладании важности логистики или маркетинга. В связи с этим необходимо проанализировать мнения исследователей, что позволит наиболее точно разобраться во взаимосвязи и роли двух функций.

Б.А. Аникин в своих трудах отмечает, что стратегия распределительной логистики включает в себя два основных элемента – изучение спроса на рынке и пути для наиболее эффективного удовлетворения этих потребностей. Так как изучением потребностей рынка занимается маркетинг, а способами наиболее полного удовлетворения рыночных потребностей через организацию транспортно-экспедиционного обслуживания занимается распределительная логистика, то маркетинг – составная часть распределительной логистики [1, с. 72].

Можно выделить три группы взглядов на сущность и содержание маркетинговой логистики:

1. Маркетинговая логистика – это логистизация маркетинга. В рамках данной группы предмет деятельности маркетинговой логистики – оптимизация в системах маркетинга потоковых процессов.

2. Маркетинговая логистика тождественно равна распределительной логистике. Ф. Котлер в своих работах определяет логистику как организацию процесса доставки товара до потребителя. Понятие «маркетинговая логистика» он отождествляет с планированием, внедрением, контролем над потоками товаров с пунктов производства до пунктов реализации, направленных на удовлетворение потребностей потребителя.

Результатом деятельности маркетинга является полная и достоверная информация о рынке, а одной из задач маркетинга является ориентация всех подразделений предприятия на эффективную деятельность по выполнению поставленных задач. Результатом такой деятельности должно быть достижение преимуществ перед конкурентами в долгосрочной перспективе.

Следовательно, стоит рассматривать маркетинг, как начальную стадию, которая закладывает основы для осуществления коммерческой деятельности предприятия и определяет ориентиры для дальнейших стадий, в частности логистики и торговли. В рамках данной концепции логистика является элементом системы маркетинга. Однако маркетинг охватывает всю деятельность предприятия, не ограничиваясь лишь только сбытом продукции. Маркетинговая деятельность также включает в себя закупку сырья и комплектующих товаров, взаимодействуя с логистикой в процессе координирования функций снабжения и распределения [5, с. 29].

3. Маркетинговая логистика – это сфера пересечения логистики и маркетинга. Сторонники третьей группы взглядов определяют маркетинговую логистику как систему методов управления потоками предприятия, которая направлена на полное, своевременное, качественное удовлетворение платежеспособного спроса на основе минимизации затрат в цепях распределительной логистики и движения продукции.

Основные характеристики маркетинговой логистики:

- целевая ориентация на совершенствование обмена товарами с учетом ориентации производства на рынок и совершенствования экономических потоков предприятия;
- активное формирование спроса на продукцию предприятия за счет разработки и осуществления маркетинговых планов, развитие системы сервиса логистики;
- объектная трансформация экономического потока в логистики и целевого рынка в маркетинге в тесно взаимодействующую систему как основного объекта усилий маркетинговой логистики;
- в основном комбинированный характер организации управления, который сочетает в себе производство, ориентированное на рынок и системную организацию потоков экономических ресурсов предприятия;
- создание интегрированной маркетингово-логистической системы, которая сочетает в себе управление маркетингом и микрологистической системой предприятия.

Функции, выполняемые маркетинговой логистикой связаны с решением определенных проблем, а именно:

- управлением, координацией потокового движения товаров;
- решением задач в сфере обработки заказов;
- складированием продукции;
- поддержанием запасов товаров и расходных материалов;
- транспортировкой;
- выбором схем распределительных каналов [7, с. 53].

В структуре маркетинговой логистики выделяют несколько видов деятельности. Маркетинговая логистика включает в себя прогноз продаж, на основе которых предприятие определяет уровни распределения товаров, непосредственного производства, а так же товарных запасов [9, с. 241]. Про-



изводственные планы включают в себя указания необходимых для заказа отделом закупок материалов. Материалы доставляются в определенную зону и отгружаются на склад сырья. Далее из сырья производится конечный товар. Запасы готовой продукции являются связующим звеном между клиентскими заказами и производственной деятельностью. Продукция сокращается по мере поступления заказов от клиента. Производственная деятельность, в свою очередь наоборот, увеличивает эти заказы. Готовая продукция после соответствующей упаковки транспортируется на склад завода. Далее происходит отправка товара на склады точек конечной реализации. Затем товар доставляется до клиента с предоставлением соответствующего обслуживания.

Комплексы логистики и маркетинга в своей структуре имеют определенные компоненты. Они включают в себя продукт, цену, место, продвижение товара. Логистический комплекс включает необходимые продукты, качество товаров, их количество, время, место, затраты. При объединении этих элементов и добавлении к ним маркетинговой ориентации на потребителя, а так же персонификации логистического обслуживания формируется комплекс маркетинговой логистики.

Сущность комплекса маркетинговой логистики описывается следующим образом: в центре хозяйственной деятельности предприятия – потребитель, на основе его индивидуальных потребностей разрабатывается определенная система сервиса. Разработка данной системы должна осуществляться с учетом характеристик товара необходимого качества, определением необходимого количества товара, который необходимо доставить в нужное время, в нужное место, когда потребитель под влиянием мероприятий продвижения готов будет купить этот товар. Необходимо отметить, что разработка индивидуальной системы сервиса должна происходить так, чтобы затраты на ее осуществление были минимальными.

Концепция маркетинговой логистики – система взглядов и представлений, охватывающих способы удовлетворения потребностей потребителей с целью получения конкурентных преимуществ на долгосрочную перспективу при помощи улучшения эффективности деятельности предприятия за счет совершенствования экономических потоков. Данная концепция реализуется, основываясь на использование системы маркетинговой логистики в деятельности предприятия, и подразумевает использование в хозяйственной деятельности современных технологий.

Использование концепции маркетинговой логистики позволяет обеспечить целостность и слаженность деятельности всех функциональных отделов компании, направляя их на наиболее полное удовлетворение потребностей потребителей.

В концепции маркетинговой логистики выделяют следующие структурные элементы:

- цели маркетинговой логистики;
- стратегия деятельности маркетинговой логистики;
- система маркетинговой логистики [1, с. 124].

Задачей маркетинга является удовлетворения потребителей, а логистика выполняет задачу разработки и реализации графиков производства, которые направлены на обеспечение минимальных производственных издержек. Следовательно, главная цель маркетинговой логистики – это полное, качественное и своевременное удовлетворение платежеспособного спроса потребителей с условием минимизации затрат логистики.

Концепция маркетинговой логистики к постановке цели предъявляет определенные требования, в частности:

- наличие качественной характеристики;
- наличие количественной характеристики;
- указание временного интервала.

В общей практике, к целям стратегии логистики относят:

- максимальный уровень сервиса;
- максимизация прибыли в короткий срок;
- общие издержки должны стремиться к минимуму;
- преимущество над конкурентами максимально возможное.

По мнению автора данной работы необходимо рассмотреть распределение продукции в качестве элемента системы логистики и взаимосвязанное с маркетинговой логистикой. В свою очередь распределение продукции включает в себя 3 элемента – систему сбыта, форму сбыта, путь сбыта.

Система реализации продукции обуславливает характер продаж, который может быть нескольких видов – централизованный, децентрализованный, вычлененный. Форма сбыта как элемент системы определяет использование торговых звеньев, которые принадлежат и не принадлежат предприятию. Доставка до потребителя готового товара осуществляется следующими формами:

- прямой контакт (от двери до двери);
- контакт через склады фирмы – поставщика;
- контакт через оптовых посредников.

Анализируя вышесказанные характеристики можно сделать вывод, что основной целью системы логистики является доставка готового товара в нужное время в нужное место. Это возможно при условии рациональной организации распределительных каналов.

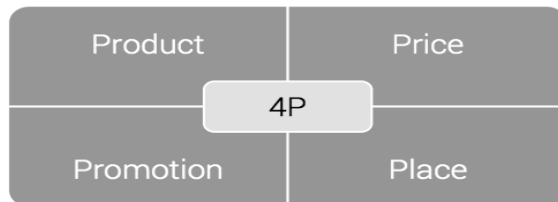
Б.А. Аникин считает, что рациональная организация каналов распределения при их эффективном использовании производителям товаров может принести следующие выгоды:

- экономия финансовых средств, предназначенных для распределения готовой продукции;
- сэкономленные средства можно вложить в основное производство;
- более эффективными способами продавать готовую продукцию;
- обеспечить эффективный свободный доступ продукции и ее доведение до конечных потребителей;
- объем работ по распределению готовой продукции значительно сокращается [1, с. 305].

Ф. Котлер считает, что предприятию для повышения эффективности работы необходимо учитывать в первую очередь требования рынка, а уже далее формировать цепь поставок готовой продукции. Данный подход – основа современной маркетинговой логистики, который основан на оценивании рыночного состояния по трем факторам – потребность, предложение, спрос используют для определения влияния рыночного состояния на процессы организации и функционирования систем логистики распределения готовой продукции.

В своих трудах Ф. Котлер отмечает значимость информационных систем в маркетинговой логистике. Например, в основном благодаря использованию современных информационных технологий повышается эффективность цепочки поставок готовой продукции [6, с. 162].

Поскольку маркетинговая логистика включает в себя такие процессы как планирование, доставку от производителя к потребителю и контроль расхода товаров с целью удовлетворения потребностей потребителей и обеспечение прибыли предприятия, то можно сделать вывод, что к маркетинговой логистике применим комплекс 4Р (рисунок 2). Данное утверждение находит свое подтверждение в работе американского исследователя БрайнаБасса.



**Рис. 2. Маркетинговая модель 4Р**

Согласно модели 4Р стратегия маркетинговой логистики включает в себя деятельность, направленную на продукт, цену товара, место, продвижение товара. Реализация четырех данных функций будет способствовать тому, что организация достигнет целевой аудитории и будет способна поставлять ей свою продукцию. В отношении самого продукта автор рассматривает модель 4Рс точки зрения доставки продукта до потребителя. Организации необходимо учитывать, что потребительские предпочтения индивидуальны, что обуславливает необходимость в варьировании услуг логистики. Поскольку каждый потребитель вне зависимости от своих предпочтений ждет их полное удовлетворение. Реализация данного аспекта осуществляется с целями:

- выполнить заказ;
- своевременно доставить товар потребителю;
- точно выставить счет за товар;
- получить нулевой ущерб.

В отношении функции «цена», предприятию необходимо учитывать факторы, которые оказывают на нее влияние, в частности:

- материально-техническую структуру издержек производства;
- объем товара;
- стоимость доставки, которая в свою очередь определяется на единицу товара, учитывая размеры, вес всего объема поставки, расстояние;
- затраты труда;

– виды, количество и качество материалов, которые использовались в процессе производства.

Таким образом, маркетинговая логистика предприятия должна быть гибкой к влиянию данных факторов и учитывать их влияние на потребительское поведение.

Одной из четырех функций модели является функция продвижения. В рамках маркетинговой логистики – она является одним из ключевых элементов. Предприятие, выводя товар на рынок должно организовать и регулярно координировать деятельность по продвижению товара. Маркетинговая логистика способствует совместной работе различных отделов, которые ведут деятельность в этой области.

Сущность функции «Место» так же является одним из отражений всей сущности маркетинговой логистики в целом. Это обусловлено тем, что ее суть заключается в рациональной организации процесса доставки сырья до предприятия или товара до потребителя, что в свою очередь будет способствовать уменьшению затрат предприятия по данной статье расходов. В рамках данной функции так же происходит выбор наиболее рационального места расположения предприятия. Например, завода и розничных магазинов.

Маркетинговая логистика охватывает деятельность предприятия, направленную на обеспечение целенаправленного влияния на рынок. Это реализуется по средствам высокого уровня поставки товара, за счет того, что предприятие постоянно готово поставить продукцию и соответствующе ее презентовать для развития и увеличения доли рынка.

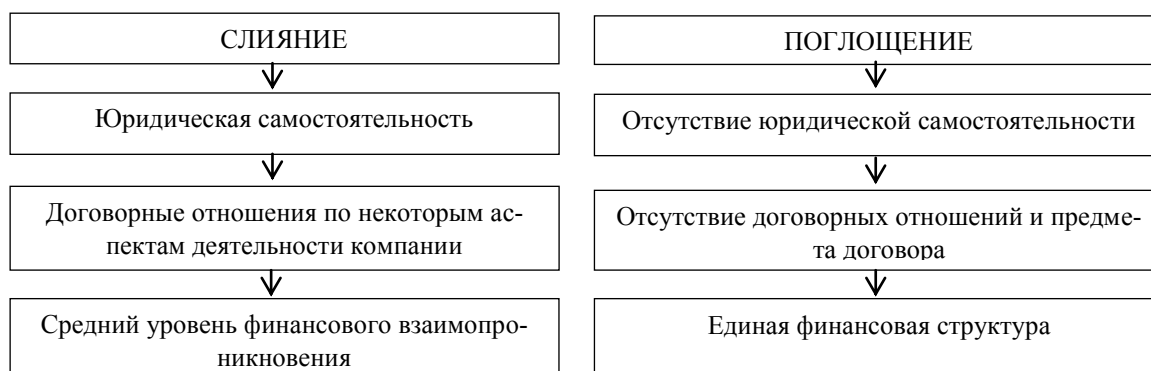
Таким образом, маркетинг и логистика являются инструментами рыночной ориентации производства, оптимальное одновременное использование которых обеспечивает повышение эффективности системы сбыта, а, следовательно, и всего предприятия в целом. Маркетинговая логистика – самостоятельный, активно развивающийся и функционирующий инструмент системы маркетинга предприятия. Ключевым в логистической концепции признается видение целостной картины, которая ложится в основу логистики руководства. В свою очередь, логистикой концепции руководства охватываются процессы планирования, организации, управления, реализации, контроля всех потоков предприятия, начиная от рынка закупок и заканчивая рынком сбыта. В современных условиях эффективному функционированию предприятия будет способствовать выработка оптимальной стратегии системы маркетинговой логистики по распределению готовой продукции. Предприятию-производителю необходимо создать эффективную логистическую систему управления, которая будет опираться на тщательно проработанную информационную базу.

#### Литература

1. Аникина Б.А. Маркетинговая логистика: учебное пособие / Б.А. Аникина, Т.А. Родкина. – М.: Проспект, 2012. – 408 с.
2. Гаджинский А.М. Логистика: учебник для высших учебных заведений по направлению подготовки «Экономика» / А.М. Гаджинский. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К<sup>о</sup>», 2013. – 420 с.
3. Голиков Е.А. Маркетинг и логистика: учебное пособие / Е.А. Голиков. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и Ко», 2012. – 412 с.
4. Козлова О.А. Маркетинговый подход к повышению конкурентоспособности региона в глобальной экономике // Труды Уральского государственного экономического университета: сб. науч. ст.: в 2 т. / отв. за вып. Е.Б. Дворяджина; ред. кол.: В.Ж. Дубровский, М.С. Марамыгин, А.Ю. Коковихин, В.П. Соловьева. – Екатеринбург: Издательство Урал. гос. экон. ун-та, 2016. Т. 1. – С. 72–76.
5. Леушина О.В. Маркетинг в торговле: учебное пособие для вузов / О.В. Леушина, Е.Н. Сарычева. – Новосибирск: Сибирский университет потребительской кооперации, 2012. – 94 с.
6. Никиткин В.Ю. Маркетинговая логистика как новая концепция управления материальными потоками / В.Ю. Никиткин, А.Н. Плотников // Маркетинг и логистика в переходный период в региональной экономики. – Саратов: СГТУ, 2014. – С. 55–58.
7. Федотов Ю.В. Управление цепями поставок: проблемы определения термина и области исследований / Ю.В. Федотов, К.В. Кротов // Российский журнал менеджмента. – 2012. – Т. 9. – № 2. – С. 49–58.
8. Щербик Е.Е. Роль и значение финансовой логистики в деятельности предприятия / Е.Е. Щербик, К.Ю. Павлова // Семнадцатая региональная студенческая научная конференция Нижневартковского государственного университета. – Нижневартковск: Изд-во Нижневарт. гос. университета, 2015. – С. 555–558.
9. Eliaz K., Spiegler R. Consideration sets and competitive marketing // Rev. of econ. studies. – Edinburgh, 2012. – Vol. 78, № 274. – P. 235–262.

## ПРОЦЕССЫ СЛИЯНИЙ И ПОГЛОЩЕНИЙ НА ФАРМАЦЕВТИЧЕСКОМ РЫНКЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Эффективность процессов слияний и поглощений зависит от обоснованности стратегии развития вновь создаваемой компании. Как отмечалось в ранних исследованиях авторов, на фармацевтическом рынке процессы слияний и поглощений могут происходить как вертикально, так и горизонтально. Горизонтальные слияния и поглощения фармацевтических компаний происходят с целью достижения увеличения доли рынка, улучшения позиционирования продукта и своей рыночной позиции [3, с. 51]. Как правило, процессы горизонтальных слияний и поглощений возникают в результате изменения моделей и стратегий продвижения фармацевтических компаний, которые приводят к расширению географии присутствия. Вертикальные слияния и поглощения фармацевтических компаний происходят с целью получения контроля над источником недостающих ресурсов. Как правило, процессы вертикальных слияний и поглощений возникают в результате поиска стратегической устойчивости вновь созданной компании, которая в долгосрочной перспективе способна получать выгоду в результате осуществленной сделки [2, с. 24].



**Рис. 1. Отличительные черты процессов слияний и поглощений [2, с. 25]**

Процесс осуществления сделок М&А осуществляется в несколько этапов с использованием определенных критериев. Привлекательными критериями, при выборе фармацевтических компаний, по мнению авторов данной статьи являются:

- текущее финансовое состояние фармацевтической компании;
- уровень деловой репутации компании на фармацевтическом рынке;
- организационно-правовые аспекты существования компании;
- территория присутствия фармацевтической компании;
- кадровый состав и кадровая политика фармацевтической компании;
- инновационное и информационное состояние;
- уровень развития корпоративной культуры.

В начале 1990-х годов в Российской Федерации начал формироваться рынок слияний и поглощений [5, с. 20]. Экономия, гибкость, маневренность и компактность сменились ориентацией на экспансию и рост. Период 2002–2007 годов свидетельствует об уровне наибольшего объема сделок по М&А. Это был период высоких темпов роста российской экономики 7,05%, который сочетался с благоприятной конъюнктурой на мировых сырьевых рынках и макроэкономической ситуацией, которая способствовала динамичному развитию экономике Российской Федерации. Необходимо обратить внимание на тот факт, что максимальный объем сделок по слияниям и поглощениям в экономике всегда происходит накануне глобальных финансово-экономических кризисов. Начиная с 2008 года по настоящее время, отмечено снижение активности сделок М&А. Однако, как показывают результаты проведенного авторами статьи анализа активности сделок по слияниям и поглощениям на фармацевтическом рынке Российской Федерации – была выявлена разнонаправленность процессов, которая проявляется в снижении активности сделок М&А в экономике Российской Федерации в целом, и одновременном повышении активности сделок М&А на фармацевтическом рынке Российской Федерации.

Объем производства российских фармацевтических компаний за девять месяцев 2016 года увеличился на 25,1% по сравнению с тем же периодом 2015 года и достиг 225,2 млрд рублей. В натуральном выражении за девять месяцев 2016 года объем производства лекарственных средств составил 3,1 млрд упаковок, что на 8% больше значений 2015 года. По темпам роста отечественное производство на фармацевтическом рынке заметно опережает импорт. По итогам 9 месяцев 2016 года объем импорта лекарственных средств в стоимостном выражении, включая «in-bulk», увеличился на 10,3%. Ключевую роль здесь играли именно поставки «in-bulk», готовые лекарственные формы демонстрировали динамику на уровне 8,4%.

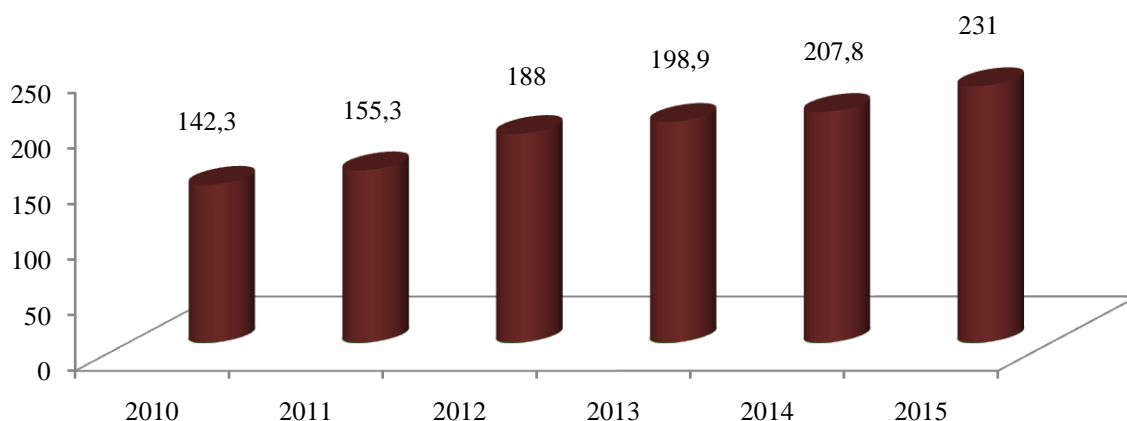


Рис. 2. Производство лекарственных препаратов в Российской Федерации, млрд рублей (по данным «RNS Pharma») [4]

По данным «RNC Pharma», суммарный объем готовых лекарственных форм, импортированных в Российскую Федерацию за январь-сентябрь 2016 года, оценивался в 348 млрд рублей. Поставки «in-bulk» за этот период увеличили объем на 75,7 млрд рублей [6].

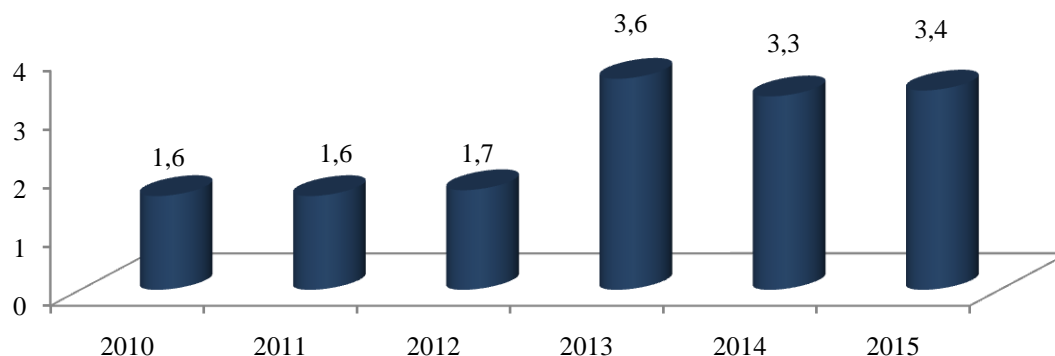


Рис. 3. Производство фармацевтических субстанции в Российской Федерации, млрд рублей (по данным «RNS Pharma») [4]

По данным рис. 2, 3 наблюдается положительная динамика увеличения емкости фармацевтического рынка Российской Федерации. Активное развитие фармацевтического рынка Российской Федерации выражается в том, что население постоянно нуждается в потреблении изделий медицинского назначения и лекарственных средств, от которых зависит не только здоровье, но и жизнь человека [1, с. 32]. Слияния и поглощения компаний один из самых распространенных путей развития, к которому прибегают в настоящее время большинство даже самых успешных компаний. Авторы статьи выделяют основные преимущества слияний и поглощений компаний:

- возможность быстрого достижения лучших результатов;
- ослабление конкуренции;
- возможность быстрого приобретения стратегически важных активов, в первую очередь нематериальных;
- вывод компании на новые географические рынки;
- приобретается уже отлаженная сбытовая инфраструктура;
- появляется возможность приобретения недооцененных активов.

В результате проведенного анализа конъюнктуры фармацевтического рынка Российской Федерации, авторами данной статьи был сделан вывод, что на рынке присутствует высокая доля традици-

онных дженериков и преобладание безрецептурных лекарственных средств. Осуществляется переход большинства компаний на производство готовых лекарственных средств, но из-за недостаточного опыта в разработке собственных препаратов, узкого ассортимента и невысокого качества продукции они не могут конкурировать с иностранными производителями на фармацевтическом рынке [7].

Процессы слияний и поглощений на фармацевтическом оказывают глобальное влияние на мировую экономику, и в результате этих процессов, происходят изменения структуры рынка, а субъекты рынка становятся более крупными игроками и претендуют на глобальное лидерство в отрасли. Процессы М&А на фармацевтическом рынке Российской Федерации связаны, прежде всего, с необходимостью перераспределения долей на рынке, которые приводит к изменению структуры рынка. В 2013–2015 годах на фармацевтическом рынке Российской Федерации произошло много сделок по слияниям и поглощениям в производственном сегменте, когда количество сделок с участием российских компаний было рекордным за последние несколько лет. Процессы слияний и поглощений являются результатами изменения структурных и конъюнктурных параметров отраслевого рынка и сопряжены с цикличностью развития экономики.

#### Литература

1. Евстратов, А.В. Исследование процессов слияний и поглощений компаний на мировом фармацевтическом рынке / А.В. Евстратов // Вестник Самарского государственного экономического университета. – 2016. – № 3 (137). – С. 32–37.
2. Евстратов А.В. Ретроспективный обзор процессов слияний и поглощений на мировом фармацевтическом рынке / А.В. Евстратов, В.С. Игнатова // Вестник Самарского гос. экон. ун-та. – 2016. – № 11 (145). – С. 24–31.
3. Евстратов, А.В. Слияния и поглощения компаний на фармацевтическом рынке: мировой опыт и российская специфика: монография / А.В. Евстратов, А.М. Измайлов; ВолгГТУ. – Волгоград, 2016. – 156 с.
4. Мировой рынок биотехнологических лекарств [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.rbc.ru/magazine/2016/05/570fa16e9a794781cb616f9f> – Загл. с экрана.
5. Потоцкая С.Р. Российский рынок слияний и поглощений: этапы развития и их особенности / С.Р. Потоцкая // Российское предпринимательство. – 2009. – № 10 – 1 (144). – С. 20–25.
6. Производство отечественных лекарств за девять месяцев 2016 г. выросло на четверть [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://riaa.ru/read/rnc-pharma-proizvodstvo-otechestvennyh-lekarstv-za-devyat-mesyatsev-2016-g-vyroslo-na-chetvert> – Загл. с экрана.
7. Россия: итоги 2015 года и прогноз на 2016 [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://kolomo.ru/blog/issledovaniya/issledovanie-farmaceuticheskogo-rynka-rossii-itogi-2015-goda-i-prognoz-na-2016-god.html> – Загл. с экрана.

УДК 368.1 (470+571)

*Э.А. Илиджева, студент*

*Е.И. Васильченко, доцент*

*г. Краснодар, Кубанский государственный аграрный университет им. И.Т. Трубилина*

## АНАЛИЗ РОССИЙСКОГО РЫНКА СТРАХОВАНИЯ

В современных условиях нестабильности экономической, политической, социальной, экологической, демографической сферы довольно часто физическим и юридическим лицам приходится задумываться о том, как обезопасить себя от какого-либо риска. В таком случае необходимым аспектом деятельности по защите от различного рода рисков является страхование.

В соответствии с мнением Т.В. Прокопьевой, страхование – это экономическая категория, система экономических отношений, которые включают совокупность форм и методов формирования целевых фондов денежных средств и их использование на возмещение ущерба, обусловленного различными непредвиденными неблагоприятными явлениями [5, с. 6].

Актуальной проблемой российского рынка страхования на данном этапе является уменьшение числа страховых компаний, что влечет за собой снижение конкуренции между страховщиками и снижение эффективности функционирования страховых компаний. Снижение числа действующих страховых компаний может быть вызвано тяжелой экономической ситуацией в стране, санкционным режимом со стороны других государств, а также неспособностью нарастить достаточный уставный капитал и выполнять обязанности по страховым выплатам, что является следствием нестабильности отечественной экономики [3, с. 664]. Динамика функционирования страховых компаний на российском рынке страхования представлена в таблице 1.

Таблица 1

**Количество страховщиков, функционирующих на страховом рынке [1]**

Отчетный период	Количество страховых компаний на рынке	Количество перестраховщиков
01.01.2013	445	101
01.01.2014	346	78
01.01.2015	391	86
01.01.2016	326	72
01.01.2017	251	57

Анализируя данные таблицы 1, видна отрицательная тенденция изменения количества страховщиков и перестраховщиков. Так, к 2017 году на рынке страхования осталось 251 страховая компания, по сравнению с 2013 годом произошло уменьшение на 194 страховые компании, при этом количество перестраховщиков в 2017 году составило 57, что на 44 меньше, чем в 2013 году. Только за 2016 год с рынка «ушли» 75 страховых компаний, что свидетельствует о нестабильной экономической ситуации в стране. По словам гендиректора СПАО «Ингосстрах» Михаила Волкова, 2016 год выдался очень тяжелым. «Влияние кризиса проявилось в полной мере, заставив страховые компании затянуть пояса и максимально повысить эффективность своей работы в условиях общей стагнации, а также проседания многих направлений бизнеса», – заявил Михаил Волков по данным РИА Новости [2].

Такое снижение числа страховщиков на рынке свидетельствует о том, что мелкие страховые компании не выдерживают конкуренции со стороны более сильных участников страхового рынка, имеет место предположение о перераспределении рыночных долей страховщиков между «лидерами» рынка. Проследив динамику количества страховых компаний, можно сделать вывод о том, что тенденция к ликвидации страховых компаний продолжится в следующие несколько лет.

В соответствии с приведенными выше данными о снижении числа страховых компаний на рынке страховых услуг возникает вопрос о размерах страховых премий и выплат, произведенных за данный период в условиях нестабильности российской экономики. Данные о страховых премиях и страховых выплатах представлены в таблице 2.

Таблица 2

**Объем страховых премий и выплат [1]**

Показатель	Единица измерения	2013 г.	2014 г.	2015 г.	2016 г.
Страховые премии:	млн руб.	910408,2	987772,6	990913,3	1023819,3
по добровольному страхованию, в том числе	млн руб.	744039,5	808922,8	811 327,5	777593,0
по страхованию жизни	млн руб.	84860,2	108531,0	108892,3	129,714,7
по страхованию имущества, в том числе:	млн руб.	396872,2	420405,2	702435,2	648878,3
по страхованию средств наземного транспорта	млн руб.	213337,4	218554,4	219361,0	187237,3
по обязательному страхованию	млн руб.	166368,7	178849,7	179585,5	228063,1
Выплаты по договорам страхования:	млн руб.	423834,6	472268,6	475341,1	509217,5
по добровольному страхованию	млн руб.	360643,0	362648,6	365330,8	367463,1
по страхованию жизни	млн руб.	9462,4	11836,7	11220,4	23687,6
по страхованию имущества, в том числе:	млн руб.	338462,5	345294,4	351100,5	343775,6
по страхованию средств наземного транспорта	млн руб.	187364,6	179537,6	172279,7	143978,7
по обязательному страхованию	млн руб.	107425,4	109275,5	110010,2	124617,4

Рассматривая таблицу 2, можно сделать вывод о том, что сумма страховых премий и страховых выплат постепенно увеличивались в течение всего периода исследования. Наибольшая сумма страховых премий наблюдается в 2016 году, она составляет 1023819,3 млн руб., это на 113411,1 млн руб. больше, чем в 2013 году. Одним из показателей, которые уменьшились за исследуемый период, в числе страховых премий являются страховые премии по добровольному страхованию. Премии по страхованию имущества возросли к 2016 году на 252006,1 млн руб. по сравнению с 2013 годом и составили 648878,3 млн руб. Страховые премии по страхованию наземного транспорта составили 187237,3 млн руб. в 2016 году, что на 26100,1 млн руб. меньше, чем в 2013 году. Премии по обязательному страхованию составили в 2016 году 228063,1 млн руб.

Выплаты по договорам страхования в 2016 году составили 509217,5 млн руб., данный показатель увеличился на 85382,9 млн руб. по сравнению с 2013 годом. Страховые выплаты по добровольному страхованию и по страхованию жизни за весь исследуемый период увеличились и в 2016 году и составили 367463,1 млн руб. и 23687,6 млн руб. соответственно, причем выплаты по страхованию жизни увеличились в 2 раза по сравнению с 2013 годом. Выплаты по страхованию имущества к 2016

году незначительно уменьшились, выплаты по страхованию средств наземного транспорта снизились за исследуемый период на 43385,9 млн руб. и составили в 2016 году 143978,7 млн руб.

При проведении анализа общей суммы страховых премий и страховых выплат было выявлено увеличение общего числа страховых премий и страховых выплат за исследуемый период. Данные о распределении страховых премий и выплат по федеральным округам Российской Федерации представлены в таблице 3.

Таблица 3

**Распределение страховых премий и выплат по округам РФ [1]**

Наименование федерального округа	2014 г.		2015 г.		2016 г.	
	Страховая премия, млн руб.	Страховая выплата, млн руб.	Страховая премия, млн руб.	Страховая выплата, млн руб.	Страховая премия, млн руб.	Страховая выплата, млн руб.
Центральный федеральный округ	518647	227474	567397	257326	165664	62945
Северо-Западный федеральный округ	88533	48174	96836	54506	24874	12649
Южный федеральный округ	41384	20645	44748	22917	10064	5015
Приволжский федеральный округ	109864	54842	120785	60093	28347	14474
Уральский федеральный округ	61942	33754	64154	37124	16274	7637
Сибирский федеральный округ	55132	24974	59947	27294	13217	6926
Дальневосточный федеральный округ	19174	7164	22004	7954	5157	2164
Северо-Кавказский федеральный округ	10753	4685	11764	5136	2395	1247
Крымский федеральный округ	64	-	184	6	90	14
Итого по федеральным округам	905493	421712	987819	472356	266082	113071

Из таблицы 3 видно, что наибольшее количество страховых премий и страховых выплат сосредоточено в Центральном федеральном округе Российской Федерации. Премии и выплаты здесь значительно превышают аналогичные показатели в остальных регионах России и составляют почти половину итоговой стоимости страховых премий и страховых выплат по всей территории Российской Федерации [4, с. 167]. Наименьшее количество премий и выплат наблюдается в Крымском федеральном округе, это связано с недавним присоединением данной республики к составу Российской Федерации. По этой причине наименьшее количество страховых премий и страховых выплат можно зафиксировать в Северо-Кавказском федеральном округе.

Обращая внимание на данные, представленные в 3 таблице можно выявить одну из главных проблем российского страхования – «барьер» между страховщиками и страхователями. Отсутствие доверия к страховщикам со стороны физических и юридических лиц сказывается на показателях страхового рынка в целом. Чтобы решить данную проблему, необходимо повышать финансовую грамотность населения, возможно создание факультативов в школах и высших учебных заведениях, уроки финансовой грамотности на добровольной основе для всех желающих.

Также еще одной важной проблемой страхового рынка России является уменьшение числа страховых компаний, о чем говорилось ранее. Решением данной проблемы может стать государственная поддержка «мелких» страховых компаний, следствием которой будет является рост конкуренции на страховом рынке и увеличение страховщиков.

**Литература**

1. [www.cbr.ru](http://www.cbr.ru) – сайт Центрального Банка РФ.
2. [www.giaring.ru](http://www.giaring.ru) – РИА Новости.
3. Васильченко Е.И. Влияние санкций на страховой рынок России / Е.И. Васильченко // Научное обеспечение агропромышленного комплекса / отв. ред. А.Г. Кошаев. 2016. – С. 664–665.
4. Васильченко Е.И., Трегубенко З.С. Страхование и его государственное регулирование // Новая наука: Теоретический и практический взгляд. 2016. № 117-1. С. 165–167.
5. Страхование: учеб. пособие / под ред. Т.В. Прокопьевой. – Рубцовск, 2014. 141 с.



## **ПОТРЕБНОСТЬ В ПЛАНИРОВАНИИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ, ФУНКЦИОНИРУЮЩИХ В РЫНОЧНЫХ УСЛОВИЯХ ХОЗЯЙСТВОВАНИЯ**

Итоги радикальных рыночных реформ в России, скроенных по американским лекалам, красноречиво свидетельствуют о том, что «уход государства из экономики» не обеспечил надежной модернизации страны. Сегодня можно с уверенностью сказать, что ставка на крупный частный бизнес как единственный двигатель экономического прогресса не оправдалась. Крупный капитал оказался склонен не к осуществлению долгосрочных инвестиций, а к извлечению краткосрочной прибыли, нередко за счет урезания инвестиций, заработной платы, ухода от уплаты налогов. Огромных масштабов достиг вывод активов отечественных компаний за рубеж. Это обусловило узость внутреннего рынка сбыта для отечественной промышленности, значительный потенциал социальных конфликтов на производстве и в обществе. Самыми влиятельными оказались группировки капитала экспортноориентированных отраслей, прежде всего, энерго-сырьевого комплекса. Это привело к искажению в их пользу структуры цен, подрывающей обрабатывающую промышленность. В результате доминируют краткосрочные инвестиции российских компаний, несовместимые с полноценной модернизацией экономики [1, с. 35].

Однако все большее количество предпринимателей начинает уделять внимание планированию своей деятельности.

Вероятно, планирование должно носить в одном обязательный, а в другом индикативный (рекомендательный) характер, и осуществляться на основе системы взаимосвязанных прогнозов.

Если судить по советскому опыту, долгосрочный прогноз составляется на основе ряда частных: отраслевых, функциональных и региональных.

Подобный анализ проводят федеральные, отраслевые и региональные органы управления силами своих аналитических служб и привлеченных со стороны организаций. На этой основе разрабатывается ряд комплексных документов. Главными среди них должны быть мирохозяйственный, социально-экономический и научно-технический прогнозы. Первый выявляет динамику основных тенденций мировой экономики, второй задает главные внутренние цели, третий – определяет ресурсы. Кроме того, должны учитываться: народнохозяйственный, демографический, природных ресурсов и экологии, внешнеполитический и военно-стратегический прогнозы. На их основе формируется сводный документ. Инструментом взаимной увязки прогнозов являются межотраслевые балансы [2, с. 113].

Та же принципиальная схема может применяться и для разработки среднесрочных перспектив народного хозяйства. Однако этот прогноз должен быть более точным и детальным.

Главным объектом изучения здесь должно быть хозяйственное, в первую очередь, инвестиционное поведение крупных корпораций. Менеджмент этих организаций должен привлекаться для работы. Годовые прогнозы должны быть наиболее точными и опираться на планы корпораций и учет стихийных тенденций финансовых и других рынков.

Взаимная увязка трех типов прогноза может помочь достижению единства долгосрочного, среднесрочного и краткосрочного планирования. Оно призвано обеспечить совместимость и взаимодействие государственной стратегии развития народного хозяйства страны в условиях глобализации с перспективами отдельных отраслей и конкретных корпораций.

Текущие цели планирования должны быть подчинены стратегическим. Единство планирования на всех трех временных горизонтах обеспечивает плановость экономического роста, как процесс сознательного поддержания пропорциональности народного хозяйства.

Важно отметить, что при прогнозировании на временном промежутке в 15–20 лет возможно учесть, главным образом, основные тенденции развития. Это значит, что прогноз носит преимущественно качественный характер. Чем более краткосрочен временной горизонт, тем больше повышается точность прогноза, и тем больше качественный анализ сменяется количественным.

Представляется целесообразной разработка федерального стандарта на прогнозирование социально-экономического развития для страны в целом и регионов. Данный документ должен опреде-

лить основные методологические принципы подобной работы и устранить путаницу в понятийном аппарате [3, с. 89].

Процессы управления планово-рыночным хозяйством могут быть реализованы административным аппаратом, состоящим из трех уровней: высшие органы государственного руководства, министерства и ведомства, отдельные корпорации. Такой подход ставит в центр внимания проблему организации межведомственного взаимодействия государственных органов разного уровня. Важнейшей проблемой в этой связи является распределение между ними полномочий и ответственности [4, с. 136].

Одной из форм организации подобного взаимодействия должны быть долгосрочные договоры государственных органов власти между собой.

Решающую роль в подобной системе индикативного планирования играет отраслевая комиссия, в которой представители государства, менеджмента, акционеров и рабочих ищут компромисс по уровню заработной платы, инвестициям и ценам на предстоящий плановый период.

Составной частью этого механизма должны быть отраслевые трехсторонние комиссии, формирующие стандарты оплаты труда в отраслях, определяющих модернизацию. Участие государства в этом процессе позволит обеспечить соответствие отраслевых планов маркоэкономической сбалансированности. Особую роль в достижении последней должна сыграть новая система цен. Она требует структурировать объект планирования – экономику страны – по сферам, в которых будут применяться различные методы управления [5, с. 197].

Народное хозяйство будет подразделяться на области директивных, регулируемых и свободных цен. Степени жесткости этого главного параметра государственного управления экономикой будут соответствовать и остальные.

Возможно, наиболее жесткими они должны быть в секторе так называемых поддерживающих отраслей, определяющих издержки обрабатывающей промышленности. Здесь цены должны назначаться государством, исходя из потребностей сбалансированного развития экономики.

Несовершенной моделью управления этими отраслями является Федеральная служба по тарифам (ФСТ) регулирующая деятельность естественных монополий. Этот опыт целесообразно распространить на основные затратнообразующие отрасли, включая: нефтяные, угольные, металлургические, химические, целлюлозно-бумажные и некоторые другие корпорации. Она рассматривает четыре аспекта деятельности естественных монополий в области энергетики: натуральный объем производства, доходы, затраты, инвестиции.

Этот опыт должен быть распространен на планирование деятельности всех поддерживающих отраслей. Поскольку они, как правило, производят стандартную продукцию, то возможно рассмотрение государственными органами их производственных программ.

Подобный анализ позволяет обеспечить необходимыми ресурсами заданные темпы роста при данной технологической структуре экономики.

При этом предметом регулирования должны быть два вида показателей: производство продукции по видам и по регионам. Оба разреза анализа должны применяться и к доходам компаний. Каждый их вид должен быть показан по территории и типу продаж.

Любая экономическая организация, будь то западная фирма или российское предприятие, в своей деятельности неизбежно сталкивается с неопределенностью. Фирма не обладает достаточными (полными) данными о своем настоящем и будущем, она не в состоянии предугадать все изменения, которые могут произойти во внешней среде.

Планирование является одним из способов прояснения внутренних условий деятельности, то есть уменьшения неопределенности риска.

Предел планирования определен также величиной издержек, затрачиваемых на организацию и осуществление планирования.

Как отмечают многие из практикующих менеджеров, одним из наиболее существенных тормозов плановой деятельности является необходимость дополнительных затрат на исследования, организацию подразделения планирования и привлечение дополнительного персонала [6, с. 230].

Таким образом, планирование – важнейшая составная часть свободной рыночной системы, ее основной саморегулятор. Предприятие решает свои проблемы именно посредством планирования.

В условиях рынка важно не только планирование, но и прогнозирование экономики, поскольку план – это намеченный на какой-либо период времени порядок работы, а прогноз представляет собой предвидение экономики предприятия в будущем, основанное на определенных данных.

## Литература

1. Жулина Е.Г. Конкурентоспособность организации: факторы и проблемы управления / Е.Г. Жулина, Т.Л. Мягкова // Фундаментальные и прикладные исследования кооперативного сектора экономики. – 2016. – № 5. – С. 34–37.
2. Менеджмент инновационного развития бизнеса в информационном обществе России: социально-экономические аспекты: коллективная монография / В.В. Даньшина, Е.Г. Жулина, Ю.В. Баурова и др. – Саратов: Саратовский государственный технический университет им. Гагарина Ю.А., 2016.
3. Модернизация современной экономики России: некоторые аспекты теории, методологии и практики: колл. монография / Е.А. Юрманова, Е.Г. Жулина, Р.К. Аблязов и др.; отв. редакторы О.Б. Мизякина, Т.Л. Мягкова. – Саратов: ОО «Буква», 2014.
4. Развитие систем управления инновационными стратегиями бизнеса в экономике России: коллективная монография / Е.А. Кряквина, Е.Г. Жулина, Н.А. Воронина и др.; под ред. д-ра экон. наук, проф. Е.Г. Жулиной. – Саратов: ИИРПК, 2017. – 163 с.
5. Хачатрян Г.А. Основы менеджмента: учеб. пособие / Г.А. Хачатрян. – Саратов: Амирит, 2017. – 294 с.
6. Холоднова А.В. Проблемы внедрения принципов бережливого производства в условиях неопределенного спроса / А.В. Холоднова // Инновационное реформирование экономики и общества в условиях глобальной нестабильности: Материалы международной научно-практической конференции / отв. ред. Е.Г. Жулина. – Саратов: ООО «ИИРПК», 2015. – С. 229–231.

УДК 351.82

**О.С. Исакова, студент**

*Научный руководитель: Р.М. Ламзин, ст. преподаватель  
г. Волгоград, Волгоградский государственный социально-педагогический университет*

## СОВРЕМЕННЫЕ ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В СИСТЕМЕ УПРАВЛЕНИЯ ГОСУДАРСТВЕННЫМ ИМУЩЕСТВОМ

Концепция управления государственным имуществом и приватизации в России предопределяет выделение основополагающих принципов управления государственным имуществом, которые должны соблюдаться при реализации государственной политики по управлению государственным имуществом, ориентированной на достижение следующих целей:

1. Увеличение финансовых поступлений в федеральный бюджет.
2. Оптимизация структуры собственности при условии ее модернизации в интересах создания устойчивых предпосылок для экономического роста.
3. Расширение перечня объектов государственной собственности, подлежащих непрерывной модернизации.
4. Использование государственных активов в качестве инструмента привлечения инвестиций.

На современном этапе данные направления деятельности системы государственного и муниципального управления необходимо отметить значительный рост объема информационных ресурсов как основы для разработки эффективных решений [2, с. 62], что, в свою очередь, связано с ростом документооборота. Значительное количество информационных сведений представленных в форме документации требуется анализировать, обобщать и перемещать с помощью инновационных электронных технологий с целью унификации операций делопроизводства и сокращения времени на их проведение [4, с. 217].

Необходимость перехода к электронному документообороту обусловлена противоречием между необходимостью совершенствования документационного обеспечения управления и существующими технологиями этого процесса.

Внедрение информационно-коммуникационных технологий в процессы государственного и муниципального управления – это один из механизмов обеспечения оптимальной разработки и реализации управленческих решений [8, с. 178] в соответствии с определенными проблемами совершенствования качества жизни граждан и экономического развития общества.

Правовую основу освоения указанных технологий определил Федеральный закон «Об информации, информационных технологиях и защите информации» [6, с. 198]. Тем самым, законодательно установлен порядок формирования и использования информационных ресурсов в условиях тесных взаимосвязей элементов электронного документооборота. Названные взаимосвязи обеспечиваются сочетанием автоматизированного учета и контроля движения документов при помощи информационных технологий на всех этапах движения управленческой информации.

Эффективная система электронного документооборота (далее – СЭД) позволяет решать следующие проблемы развития публичного управления в России, а именно:

1. Повышение уровня продуктивности реализации управленческих решений, закрепленных в форме нормативных актов.
2. Оптимизация потоков информации при усилении контроля над обработкой, исполнением и хранением служебных документов, что поддерживается жесткой или свободной маршрутизацией документов.
3. Формирование социально-экономического и правового информационного пространства для обеспечения логической взаимосвязи между операциями по обработке управленческой документации [9, с. 5] (происходит информационно-технологический охват всех элементов процесса документооборота с обеспечением хранения документов в различных форматах).
4. Создание многофункционального доступа для соответствующих должностных лиц к управленческим базам данных.

В рамках Федеральной целевой программы «Электронная Россия на 2002–2010 годы» был определен значительный блок мероприятий, связанных с формированием структур «электронного правительства», что во многом воплощается в электронном документообороте в системе государственного и муниципального управления.

Структура СЭД состоит из ряда элементов:

1. Электронное делопроизводство – обеспечивает работу с электронными версиями документов и реквизитами регистрационно-контрольных форм в соответствии с принятыми в стране нормами и стандартами обработки документации.
2. Электронный документооборот – совокупность средств автоматизации деловых процедур обработки документов, обеспечивающая регламентированное и формально контролируемое движение документов на основе используемых информационно-коммуникационных технологий.
3. Электронное управление документами – система регулирования движения документов между подразделениями государственных органов, группами пользователей или отдельными пользователями в структуре федерального, регионального и местного управления социально-экономическими процессами [3, с. 210].

Центральным звеном определения порядка использования названных элементов выступает электронный административный регламент.

Современная технология электронного документооборота позволяет реализовать ряд функций регулирования информационных ресурсов в системе публичного управления:

1. Регистрация в автоматизированном режиме переданных по электронной почте или через Интернет-портал входящих документов, в том числе снабженных электронной цифровой подписью и криптозащитой [1, с. 173].
2. Сканирование и распознавание информации на бумажных носителях.
3. Прикрепление к регистрационной карточке электронного образа документа в виде файла или нескольких файлов любого формата.
4. Разграничение и уточнение прав и обязанностей, связанных с доступом к прикрепленным файлам электронного образа документа.

Предоставление соответствующим должностным лицам личного виртуального кабинета, что предоставляет им возможность доступа к информации, которая относится к их компетенции. Личный кабинет расширяет возможности рассылки электронных документов и поручений по ним по электронной сети.

Помимо этого, с развитием электронного документооборота осуществляется полнотекстовый и атрибутивный поиск электронных информационных ресурсов с последующей отправкой по электронной почте или публикацией на соответствующем Интернет-портале. Вместе с этим происходит формирование и оформление дел, то есть происходит группировка исполненных документов в соответствии с установленной номенклатурой и методологией систематизации документов [7, с. 43].

Необходимыми условиями эффективного внедрения электронного документооборота в публичном управлении России являются:

1. Современная компьютерная техника при использовании электронных сетей, обеспечивающих перемещение управленческой информации.
2. Применение эффективных технологий распознавания сведений при трансформации их в электронную форму [5, с. 598].

Структура электронного документооборота должна состоять из нескольких уровней, что соответствует устройству государственного и муниципального управления в Российской Федерации.

Данная система должна быть основана на принципах оптимального обмена сведениями между уровнями публичного управления.

При создании системы электронного документооборота в государственном управлении целесообразно руководствоваться следующими основными принципами:

1. Рациональное использование финансовых ресурсов при освоении технологических инноваций процесса обработки управленческой информации.

2. Эффективное поддержание электронного взаимодействия между пользователями в соответствующих органах управления. Это можно обеспечить с помощью использования современных систем управления базами данных (СУБД). Технические средства этих систем должны функционировать на всех возможных программно-аппаратных платформах. Должны быть обеспечены возможности работы специализированного программного обеспечения в различных операционных средах.

3. Использование системы распределения информации между структурными элементами государственного и муниципального регулирования, что должно поддерживать соответствие необходимых сведений для анализа и устранения конкретных проблем.

4. Применение отдельных модулей информации, интегрированных между собой для рассмотрения специализированных и комплексных вопросов.

5. Взаимосвязь СЭД с другими информационными системами официального управления. Тем самым, электронные системы обработки сведений должны сочетаться со стандартными средствами офисной работы (например, MS Office), средствами автоматизации отдельных рабочих мест должностных лиц (например, прикладных бухгалтерских программ), а также со специфическими программными средствами.

6. Поддержание единого интерфейса, то есть унифицированной системы связи между должностными лицами, подразделениями в одном органе управления или несколько структур публичного регулирования. Таким образом, функционирует устойчивая связь между различными узлами и блоками специального оборудования, а также контакт между техническими средствами и пользователями.

7. Электронная система документооборота должна оптимально перестраиваться в соответствии с реорганизацией структур управления и процессов обработки документации.

8. Организация эффективной защиты управленческой информации в случаях незаконного использования и их потере при технических неполадках в работе компьютерной техники.

Принято считать, что система документооборота характеризуется возможностями регистрировать сведения о тех или иных событиях, а также поддерживать процессы работы над документами, посредством которых зафиксированы различные сведения. Причем, такая система, как правило, ориентирована на анализ и переработку информации о происходящих социально-экономических процессах.

#### Литература

1. Арзеева А.О., Шулёпов В.И. Защита информации в современных информационных технологиях // Государственное и корпоративное управление: состояние и перспективы в XXI веке: материалы XI региональной (с международным участием) научно-практической конференции студентов, аспирантов и преподавателей / Министерство образования и науки Российской Федерации; ФГБОУ ВПО «Поволжский государственный технологический университет»; Факультет управления и права. – 2015. – С. 172–177.

2. Байбакова, Т.В. Секторальный подход к оценке эффективности деятельности интегрированного агроформирования // Экономика, труд, управление в сельском хозяйстве. – 2016. – № 1. – С. 61–63.

3. Бюджетная политика и качество жизни населения России / под ред. д.э.н., профессора А.Н. Ващенко, д.э.н., профессора С.П. Сазонова – Волгоград: Изд-во ПринТерра-Дизайн, 2012. – 350 с.

4. Кайль Я.Я., Епинина В.С. Совершенствование системы государственного управления и его влияние на состояние социально-экономического развития субъектов РФ (на примере субъектов РФ ЮФО) // Бизнес. Образование. Право. Вестник волгоградского института бизнеса. 2013. № 4 (25). – С. 216–224.

5. Кайль Я.Я., Епинина В.С., Ламзин Р.М. GR-менеджмент: реалии и перспективы развития // Фундаментальные исследования. – 2016. – № 9-3. – С. 597–600.

6. Кайль Я.Я., Епинина В.С., Ламзин Р.М. Система информационного обеспечения как фактор повышения результативности публичного управления // Материалы международной научно-технической конференции «Перспективы применения инновационных технологий в сфере архитектуры и строительства» (посвященной 50-летию Самаркандского государственного архитектурно-строительного института). Книга II. – 2016. – С. 196–199.

7. Кайль Я.Я., Ламзин Р.М. Инновационные информационные технологии государственного регулирования малого предпринимательства // Электронный научно-образовательный журнал ВГСПУ «Грани познания». № 4(47). Октябрь 2016. – С. 40–44.

8. Морозова Н.И. Повышение эффективности управления муниципальным образованием на основе использования системного подхода // Наука в современном информационном обществе: материалы VI международной научно-практической конференции. – 2015. – С. 178–181.

9. Moseiko V.O., Korobov S.A., Frolov D.P. Socio-economic systems' competitiveness assessment method // Asian Social Science. – 2015. – Т. 11. – № 20. – С. 1–8.

## **ОТ АТТЕСТАЦИИ РАБОЧИХ МЕСТ ДО СПЕЦИАЛЬНОЙ ОЦЕНКИ УСЛОВИЙ ТРУДА**

Важнейшей составляющей в системе работ по охране труда, в настоящее время, является процесс аттестации рабочих мест по условиям труда. В 37 статье, Конституции РФ, указаны нормативно-правовые акты, которые гарантируют каждому гражданину право трудиться в условиях, соответствующих требованиям гигиены и безопасности [1, с. 11]. Исходя из этого, каждый работодатель обязан ответить на вопрос: отвечают ли условия работы требованиям гигиены и безопасности? И, если ответ отрицательный, – незамедлительно приступить к внедрению мероприятий, которые будут направлены на обеспечение безопасности условий труда на рабочем месте. Вышеперечисленные задачи решаются путём реализации процесса аттестации рабочих мест, в ходе которого проверяются всевозможные факторы, влияющие на условия труда. Актуальность данной темы обусловлена тем, что основной ячейкой производственной структуры является непосредственно рабочее место, на котором работник обязан находиться в связи с его работой и которое прямо или косвенно контролируется работодателем. Рабочее место, представляющее собой первичную ячейку производства, единицу производственной силы, способно давать полноценный эффект и отдачу только при условии присутствия необходимой фондооснащенности труда, обеспеченности его необходимым количеством сырья, материалов, а также рабочей силой установленной профессиональной подготовки. В связи с развитием и систематическим улучшением средств труда, применением более результативных предметов труда, использованием более квалифицированного живого труда и непрерывным совершенствованием организации труда и производственного процесса в целом, рабочее место как единица производительной силы постоянно претерпевает изменения. Систематический и квалифицированный учет данных изменений и последующее целенаправленное воздействие на формирование необходимого количества рабочих мест предполагают повсеместное проведение аттестации рабочих мест, целью которой является обеспечение роста эффективности производства [2, с. 16].

На практике, опыт проведения аттестации рабочих мест выявил целый ряд принципиальных вопросов, требующих решения. В первую очередь, эти вопросы касаются состояния нормативно-методической базы. На основе действия нового порядка аттестации рабочих мест, практика оценки условий труда показала, что процесс аттестации, выполняемый в соответствии с нормами положения, – это трудоемкая и сложная процедура, как в плане оформления официальных результатов оценки условий труда, так и в организационном смысле. Так же, утвердились новые подзаконные и законодательные акты, касающиеся вопросов аттестации рабочих мест, сформирована новая нормативно-методическая документация, регламентирующая измерения и оценку производственных факторов, фактора травмобезопасности и новые требования к оснащению сотрудников средствами индивидуальной и коллективной защиты.

Так, сравнительно недавно в трудовом законодательстве произошли существенные изменения. А именно: с 01.01.2014 г. вступили в силу два Федеральных закона от 28 декабря 2013 г. – № 426-ФЗ «О специальной оценке условий труда» (далее – Закон № 426-ФЗ) и № 421-ФЗ «О внесении изменений в отдельные законодательные акты РФ в связи с принятием Федерального закона о специальной оценке условий труда» (далее – Закон № 421-ФЗ), которые касаются регулирования вопросов охраны труда, предоставления работникам гарантий и компенсаций за работу во вредных и опасных условиях труда [1, с. 23]. С 01.01.2014 понятие аттестации рабочих мест заменено новым определением – специальная оценка условий труда, которая должна проводиться в соответствии с Законом № 426-ФЗ. Процедура проведения такой оценки значительно изменена в сравнении с предыдущим порядком проведения аттестации рабочих мест.

Вышеописанное преобразование в виде отмены термина аттестации рабочих мест связано с ее малоэффективным действием. Изначально, потому, что не была выполнена одна из основополагающих целей – совершенствование условий труда на рабочих местах. Следующей причиной было то, что работодатели не имели особой заинтересованности ни в проведении аттестации рабочих мест, ни в последующем принятии мер по усовершенствованию системы охраны труда в организации. В связи с этими обстоятельствами была высока вероятность подмены действительных результатов аттестации на желаемые. Специальная оценка условий труда, введенная Законом № 426-ФЗ, значительно снижает

многочисленные барьеры в установленном порядке проведения процедуры, что тем самым стимулирует работодателей выполнять свои обязательства. Так, например, чтобы понизить размер выплат дополнительного страхового тарифа в Пенсионный фонд РФ, ранее результатов аттестации рабочих мест было мало, нужно было проводить и специальную оценку [4, с. 53]. Таким образом, трудозатраты работодателя удалось свести к минимуму, благодаря выделению специальной оценки условий труда в отдельный институт. Достаточно провести данную процедуру, по прошествии которой, полученных результатов будет достаточно для достижения большинства целей в области охраны труда [3, с. 1137]. Однако специальная оценка условий труда не имеет уникального характера, несмотря на то, что данную процедуру выделили в отдельный институт. На первый взгляд, кажется, что отличий в порядке проведения процедур аттестации и специальной оценки рабочих мест нет. Но если рассмотреть оба вышеуказанных явления более подробно, то специальная оценка условий труда отличается от аттестации рабочих мест. Автор выделил данные отличия и представил их в таблице 1.

Таблица 1

**Основные отличия Аттестации рабочих мест от Специальной оценки условий труда**

Основные отличительные показатели	Аттестация рабочих мест	Специальная оценка условий труда
Определение термина согласно Федеральному Закону	Оценка условий труда на рабочих местах в целях выявления вредных и (или) опасных производственных факторов и осуществления мероприятий по приведению условий труда в соответствие с государственными нормативными требованиями охраны труда [5, с. 17]	Единый комплекс последовательно осуществляемых мероприятий по идентификации вредных и (или) опасных факторов производственной среды и трудового процесса и (или) опасных производственных факторов и оценке уровня их воздействия на работника с учетом отклонения их фактических значений от установленных [5, с. 19].
Организация-оценщик	Проводится работодателем и аккредитованной организацией	Проводится работодателем, аккредитованной организацией и экспертом
Описание итоговых оценок	Имеет три итоговые оценки: 1. класс условий труда (от 1 до 4); 2. обеспеченность СИЗ; 3. оценка по уровню травмоопасности	Имеет одну итоговую оценку – класс условий труда (от 1 до 4)
Основание критериев оценки и классификаций условий	Критерии оценки и классификации условий труда, основанные на различных принципах гигиенического нормирования	Критерии оценки и классификации условий труда, основанные на едином принципе нормирования – оценка вреда здоровью работника
Рабочие места, подлежащие оценке	Измерения проводятся на всех рабочих местах (за исключением офисных и рабочих мест с классом 2)	все рабочие места, кроме надомников, дистанционных работников и работников, работающих у работодателей физических лиц, не являющихся индивидуальными предпринимателями
Результаты процедуры	Результаты АРМ в основном касаются взаимоотношений работодателя и работника при установлении компенсаций	Результаты СОУТ применяются как для компенсаций работникам, так и отчислений (величина тарифа) во внебюджетные фонды ПФР, ФСС
Функция государства	надзор и контроль	надзор и контроль, получение средств

Исходя из данной таблицы, автор указывает на то, что в определение термина специальной оценки условий труда российское законодательство уточнение на ее цель не включило. Это может привести к ослаблению направленности субъектов специальной оценки условий труда на повышение уровня охраны труда, что понизит эффективность специальной оценки условий труда как средства обеспечения охраны труда. Это впоследствии может отрицательно воздействовать на установленную в ст. 22 ТК РФ обязанность работодателя обеспечивать безопасность и условия труда, соответствующие государственным нормативным требованиям охраны труда. Поэтому автор полагает необходимым добавить в закон уточнение о конкретизации цели специальной оценки условий труда.

Сравнивая понятие аттестации рабочих мест с понятием специальной оценки условий труда, можно заключить, что по содержанию они практически идентичны: в обоих случаях речь идет об оценке соответствия действующим нормативам фактических условий труда и обеспеченности работника средствами защиты. Но аттестация рабочих мест, в отличие от специальной оценки условий труда, включала в себя оценку оснащенности только индивидуальными средствами защиты, а не коллективными. Однако в законодательной формулировке аттестации рабочих мест указывалось на ее

цель – осуществление мероприятий по приведению условий труда в соответствие с государственными нормативными требованиями охраны труда. И, поскольку проведение аттестации рабочих мест включалось в обязанность работодателя, – осуществление указанных мероприятий также входило в его обязанности, в отличие от нового явления – специальной оценки условий труда.

#### Литература

1. Борисов А.Н. Комментарий к Федеральному закону от 28 декабря 2013 г. № 426-ФЗ «О специальной оценке условий труда» (постатейный) // СПС «КонсультантПлюс».
2. Долгополова С.П. // СЭС. – 2011. – № 11. – С. 30–32.
3. Зайцева А.В., Тагирова А.В. Особенности регулирования труда лиц, не достигших трудоспособного возраста // Экономика и социум. – 2016. – № 4-2 (23). – С. 1136–1139.
4. Конституция Российской Федерации (по состоянию от 21.07.2007) // РГ от 25.12.1993 № 237 // Собрание законодательства Российской Федерации. – 2008. – № 42. – Ст. 4212.
5. Приказ Минтруда России от 24.01.2014 № 33н (ред. от 07.09.2015) «Об утверждении Методики проведения специальной оценки условий труда, Классификатора вредных и (или) опасных производственных факторов, формы отчета о проведении специальной оценки условий труда и инструкции по ее заполнению» (Зарегистрировано в Минюсте России 21.03.2014 № 31689).

УДК 339.138

**В.Д. Кайдаш, студент**

*Научный руководитель: О.А. Козлова, д-р экон. наук, профессор  
г. Нижневартовск, Нижневартовский государственный университет*

## СЕНСОРНЫЙ МАРКЕТИНГ КАК РЕГУЛЯТОР ВОЗДЕЙСТВИЯ НА ВЫБОР ПОТРЕБИТЕЛЯ

Профессионалы рекламного рынка все дальше отходят от примитивных концепций. Традиционный маркетинг не приносит ожидаемых положительных результатов. Продавать становится сложнее, так как 21 век-это век сильнейшего воздействия рекламы на человека, век борьбы за потребителя на высоком уровне. Появляются новые пути решения, уловки и стратегии, все чаще используют сенсорный маркетинг. Сенсорный маркетинг – инструментальный вид маркетинга, основной задачей которого является воздействие на чувства покупателей, на их эмоциональное состояние с одной задачей-увеличение объема продаж [5]. Для передачи информации о товаре задействованы: зрение, слух, обоняние, осязание и вкус.

Актуальность данной темы заключается в том, что на сегодняшний день сенсорный маркетинг является более современным и перспективным видом маркетинга, результаты его функционирования очень эффективны и действенны. Информация о продукте, полученная через каналы сенсорного восприятия, остается в самых отдаленных «ячейках» памяти и используется при принятии решения.

Целью данной статьи является изучение сенсорного маркетинга, какими инструментами воздействует на человека и что нужно знать, применяя его в различных сферах.

Значимость сенсорного маркетинга безмерно высока, так как благодаря ему у человека вырабатываются рефлексy, связанные с брендами. Так же идет формирование свойства бренда, создающего богатый чувственный опыт и его взаимодействие с потребителем.

В настоящее время более половины потребителей забывают рекламное сообщение сразу же после рекламного контакта, они его «блокируют». 83% всех рекламных сообщений направлены только на один орган восприятия – зрение, 17% приходится на оставшиеся 4 органа чувств, 75% эмоций человека, возникают в течение дня под влиянием обоняния и 65% под воздействием слуха. Более 70% решений о покупке сделаны непосредственно в точке продажи товара [4]. При отсутствии какого-нибудь одного компонента, впечатление покупателя будет неполным. Большинство решений потребителя основано на эмоциях, поэтому важно, какие ощущения преподнесет продавец.

Одной из главных задач сенсорного маркетинга является создание приятных и запоминающихся ассоциаций бренда, в момент покупки определенного товара. Потребитель, ощущая то или иное сенсорное воздействие, зачастую, не замечает, как влияют на его выбор определенные элементы маркетинга.



Чтобы явно представить ценность бренда, необходимо проработать все имеющиеся детали, часть из которых: оформление зала продажи, звуковые эффекты, цветовая гамма, ароматические добавки в вентиляционную систему.

Рассмотрим три главных инструмента сенсорного маркетинга:

Цвет – один из запоминающихся факторов, который вызывает у человека желание купить. Многие компании и фирмы при создании нового товара, используют нужный цвет, воздействующий на сознание человека. Различные оттенки могут привлекать и отталкивать, погружать в комфорт и спокойствие, но также раздражать и тревожить. Цвета направлены на чувства людей, их эмоции, переживания, настроение. От того, как оформлен интерьер, какое сочетание цветов присутствует, зависит благоприятная обстановка, побуждающая покупателя приобрести продукцию. Умелый подход к семантике способен расширить целевую аудиторию. По словам экспертов, люди с низкой заработной платой выбирают цветные и насыщенные тона, а личности с большим достатком предпочитают более постельные и спокойные оттенки. В помещении, где светло, покупатели раскрепощаются, следовательно, увеличивается вероятность покупки. Такие цвета как желтый, оранжевый, красный возбуждают аппетит и подталкивают человека совершить действие. Коричневый цвет больше подходит деловым людям, вызывая ощущение стабильности и надежности, а черный выражает эксклюзив. Розовые и зеленые оттенки вызывают романтические и жизнерадостные чувства.

Яркость, контрастность, насыщенность, а также всевозможный комплекс цветов являются важным направлением психологических исследований в рекламе. Так, немецкий психолог Т. Кениг изучал эмоциональное восприятие различных цветовых сочетаний, вызывающие разные ощущения. Опыты Schulte и Reiszitz о воспринимаемости цветных надписей на цветном фоне, показали последовательность наиболее эффективных сочетаний шрифта и цвета фона (табл. 1) [6].

Таблица 1

<b>Сочетаемость цветов фона и шрифта</b>	
<i>Цвет букв</i>	<i>Цвет фона</i>
черный	желтый
зеленый	белый
красный	белый
синий	белый
белый	синий
черный	белый
желтый	черный
белый	красный
белый	зеленый
белый	черный

При составлении и производстве рекламных упаковок, банеров, плакатов придают значительное внимание цветовому контрасту. При оформлении витрин супермаркетов также учитывают цветовые сегменты. Р. Сейфферт экспериментально доказал, что тени от синего цвета кажутся окрашенными в желтый цвет, красное вызывает по контрасту зеленое, желто-синее и зеленое по контрасту вызывает красный цвет и т.д. Два дополнительных цвета удваивают насыщенность друг друга так, что цвета могут казаться более яркими [3].

Немаловажным инструментом в сенсорном маркетинге является звук, воздействующий на подсознание людей. Он способен выстраивать определенную связь между человеком и внешним миром. В Калифорнии исследователи Стендфарского университета доказали, что музыка влияет на область мозга, отвечающую за внимание. Следовательно, музыка может привлечь и побудить покупателя на конкретные действия, связанные с рассмотрением и приобретением товара.

Психологи выявили, что быстрая музыка побуждает покупателей передвигаться быстрее вдоль товарных рядов, а медленная, наоборот, увеличивает продолжительность выбора покупки. Профессионалы в отрасли маркетинга определили следующие принципы работы со звуком в торговом зале:

1. Музыку необходимо выбирать в зависимости от концепции магазина и находящегося в нем ассортимента. Исследовательское агентство MagramMarketResearch выяснило, что играющая композиция с ритмом 60 тактов в минуту вызывает желание потратить на 36–40% больше, чем запланировано.

2. Покупателям не нужно понимать смысл песни, иначе они будут вникать в смысл слов, что спровоцирует отвлеченность от товара. Поэтому следует учесть выбор нужного репертуара.

3. При составлении музыкального сопровождения требуется рассмотреть возрастную категорию покупателей.

4. Использовать специальные звуковые эффекты, побуждающие покупателей к соответствующему настроению (шум прибоя, звук мотора, шелест деревьев).

Музыка создает благоприятную атмосферу, настраивает потребителей на позитивные эмоции и в некоторых случаях даже навивает ностальгические чувства. Этот инструмент сенсорного маркетинга дополняет визуальный образ бренда, а также закладывает в память определенные очертания.

Еще одной важной составляющей сенсорного маркетинга является запах. В настоящее время, все больше начинают использовать ароматы, привлекающие внимание потенциальных покупателей. Такое направление получило название аромамаркетинг.

Различные исследования показывают, что запахи способны менять настроение, состояние и решение человека:

- Визуальное представление с задействованным ароматом, создает в 2,5 раза более сильное впечатление (2009, доктор Калверт, Университет Уорвика, Великобритания).

- Профессоры наблюдали улучшение настроения, при взаимодействии с приятным ароматом у 40% опрошенных (2004, Институт Обоняния, США)

- Тестирования Samsung показали, что душистый запах у 26% испытуемых стимулирует желание к продолжительному пребыванию в магазине (2008, Университет Калифорнии, лаборатория хомосенсорного восприятия)

- При внедрении аромамаркетинга увеличиваются импульсивные покупки товаров на 60% (2004, Европейский институт мерчендайзинга)

- Использование нужных запахов приумножает впечатление о магазине (2004, Европейский институт мерчендайзинга) [7].

Ароматы не способны заставить человека что-то купить или приобрести, они лишь создают атмосферу, в которой возможно принять то или иное решение. Запахи довольно долго сохраняются в эмоциональной памяти индивида, так как происходит взаимосвязь между ароматом и ситуацией. Поэтому маркетологам необходимо качественно подобрать нужный запах, чтобы заинтересовать потребителей в разных сферах. Различным магазинам требуется проанализировать и выбрать надлежащий аромат соответствующему представленному товару.

Так, в экспериментах, описанных в статье Козловой О.А., отражается, что сенсорный маркетинг в области продаж органических продуктов питания является не лучшим инструментом в продвижении, и более того не рекомендовано было использовать дегустации без пояснения специфики органических продуктов [5; 6].

Сегодня отобраны запахи для супермаркетов, бутиков, книжных магазинов, салонов мебели и автомобилей. Запахи огурца и арбуза считаются подходящими для продуктовых точек. Помещения кафе, ресторанов и кондитерских лучше наполнить ароматом кофе, манго, шоколада и кокосового ликера. Для магазинов одежды прекрасно подойдут запахи: сандалового и красного дерева, ванили, лаванды. Салонам красоты зачастую рекомендуют использовать ароматы лимона, кокоса, свежих цветов. Для покупателей мебельной продукции подойдут запахи кофе с пирожными, дыни, капуччино. Определенные ароматы помогают потребителям чувствовать себя лучше, контролировать отрицательные эмоции, вызывают ощущения счастья и спокойствия.

Очевидно, что аромамаркетинг необходим не только бизнесу, но также важен социальной сфере. Уже сейчас нужные запахи используют в некоторых аэропортах, больницах, вокзалах. Доказано, что ароматы зеленого яблока и ванили снижают тревожность и уменьшают стресс.

Представители компании Аготасо протестировали ароматы и показали, как запахи повлияют на увеличение продаж в буфетах кинотеатра «Октябрь». Спустя месяц, после фиксирования результатов выяснили, что распространение запаха имбирного пряника увеличило реализацию товара на 15%.

Обувная сеть «Эконика», используя все инструменты сенсорного маркетинга, в первый же месяц увеличила продажи на половину [7].

Существуют отделы по разработке запахов в таких компаниях как: BMW, Opel, Honda, Spar, TUI, HolidayInn и др.

Именно правильно подобранные запахи помогут привлечь покупателей и повысить уровень выручки.

В заключении, можно сделать вывод, что нужный подход ко всем элементам сенсорного маркетинга позволит создать эмоциональную связь с потребителями, а также обеспечить успешность бренда. Следует учитывать различные характеристики аудитории, основываясь на уникальность товара. Невозможно добиться желаемого успеха, если прорабатывать взаимодействия с разными органами чувств по отдельности. Для современного человека гораздо важнее погружаться в комфортную атмосферу, которая вызывает приятные ощущения.

## Литература

1. Козлова О.А. Когнитивный подход в моделировании поведения потребителей на рынке экологических товаров // Гуманитарные и социальные науки. 2010. № 2. С. 115–124.
2. Козлова О.А. Оценка потребительского восприятия ценовой премии на органические продукты // Практический маркетинг. 2010. № 8. С. 4–11.
3. Психология цвета в рекламе [Электронный ресурс] // Библиотека Интернет индустрии. 2008. – URL: [http://www.i2r.ru/static/469/out\\_22644.shtml](http://www.i2r.ru/static/469/out_22644.shtml)
4. Сенсорный маркетинг. Статистика [Электронный ресурс] / AROMAgroup. – URL: <http://www.ekbpromo.ru/ckfinder/userfiles/files/6aromagroup.pdf> (дата обращения: 5.12.16).
5. Трайндл А. Нейромаркетинг: Визуализация эмоций / пер. с нем. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2007. – 114 с.
6. Шмитт Б. Эмпирический маркетинг: Как заставить клиента чувствовать, думать, действовать, а также соотносить себя с вашей компанией / пер. с англ. К. Ткаченко. – М.: ФАИР-ПРЕСС, 2001. – 400 с: ил.
7. Chaz H. Сенсорный маркетинг в сфере общепита на примере опыта российских и зарубежных компаний.

УДК 368.2

**Н.Н. Калашиникова, студент**

*Научный руководитель: Е.И. Васильченко, доцент*

*г. Краснодар, Кубанский государственный аграрный университет им. И.Т. Трубилина*

## СТРАХОВАНИЕ СРЕДСТВ ВОЗДУШНОГО ТРАНСПОРТА

Воздушный транспорт – один из самых быстрых и в тоже время самых дорогих видов транспорта. Основной сферой его применения являются пассажирские перевозки на расстояния свыше тысячи километров. Так же воздушный транспорт осуществляет и грузовые перевозки, но их доля очень низка. Во многих труднодоступных районах (в горах, районах Крайнего Севера) воздушному транспорту нет альтернатив.

В последнее время участились несчастные случаи, связанные с авиационной сферой, которые неизбежно влекут за собой не только человеческие жертвы, но и убытки как собственников, так и третьих лиц, связанные с порчей средств воздушного транспорта.

Надежную защиту имущественных интересов и возмещение убытков, возникающих в связи с эксплуатацией воздушных судов, предлагают многие страховые компании, осуществляющие страхование всех типов отечественных и зарубежных воздушных судов, а также все виды обязательного страхования гражданской ответственности эксплуатантов на уровне международных стандартов.

Страховщиком в данном виде страхования выступает страховая компания, осуществляющая страховую деятельность в соответствии с Лицензией, выданной органом страхового надзора. Страхователями здесь являются юридические лица или индивидуальные предприниматели, либо физические лица, заключившее со Страховщиком договор страхования. В том числе к ним относятся авиационные предприятия (эксплуатанты) владеющие воздушным судном на праве собственности, аренды или ином законном основании и имеющие лицензию на осуществление воздушной перевозки пассажиров, грузов или почты на основании договоров воздушной перевозки [3, с. 154].

Страховые риски могут возникнуть в связи с:

- убытками от полной (фактической или конструктивной) гибели или повреждения воздушного судна во время полета, руления, нахождения на земле или на воде;
- пропажи воздушного судна без вести;
- расходов на проведение полетов, связанных с возобновлением удостоверения о годности воздушного судна к полетам
- пожаром на аэродроме, на котором воздушное судно находилось в момент его возникновения;
- отказом двигателя (двигателей), а также выключение двигателя (двигателей), не предусмотренное полетным заданием (в том числе и выключение вследствие появления ложного сигнала о его отказе);
- отказами (авария) систем управления воздушным судном и иного оборудования, отнесенные к особым случаям полета;
- иными событиями, отнесенными к авариям, авиационному происшествию, авиационному инциденту или авиационной катастрофе решением государственной комиссии, созданной для рассле-

дования аварии, авиационного происшествия, авиационного инцидента или авиационной катастрофы [1, с. 169].

Страховая сумма в этом случае устанавливается исходя из балансовой стоимости воздушного судна, стоимости, установленной на основании документов, выданных заводами изготовителями и других параметров.

Условия страхования средств воздушного транспорта включают 5 видов.

Первым условием является страхование «С ответственностью за гибель и повреждение». Здесь заключается договор на условиях возмещения убытков, возникших вследствие полной гибели воздушного судна, включая специальное оборудование, установленное на застрахованном воздушном транспорте, в результате стихийных бедствий (огня, взрыва, вихря), а так же аварии двигателей и оборудования судна, пропажи его без вести.

Второе условие – страхование «С ответственностью за повреждение». По договору страхования возмещаются расходы по устранению повреждений воздушного судна, его механизмов, двигателей или специального оборудования и снаряжения, возникших в результате огня, взрыва, молнии, бури, вихря, других стихийных бедствий, аварии машин и оборудования судна, противоправных действий третьих лиц;

Также при страховании средств воздушного транспорта выделяют третье условие – страхование «С ответственностью только за полную гибель воздушного судна». По договору страхования возмещаются убытки в связи с полной гибелью воздушного судна (фактической или конструктивной), включая специальное оборудование и снаряжение, в результате огня, взрыва, молнии, бури, вихря, других стихийных бедствий, аварии двигателей и оборудования судна, пропажи его без вести, противоправных действий третьих лиц.

Четвертым условием является страхование «С ответственностью за все риски». В данном виде страхования заключается договор, при котором возмещаются: убытки от повреждений или полной гибели всего или части груза, возникшие в результате огня, взрыва, молнии, бури, вихря, других стихийных бедствий, аварии двигателей и оборудования судна, пропажи его без вести; необходимые и целесообразно произведенные расходы по спасению груза.

Последним условием выступает страхование «Без ответственности за повреждения, кроме случаев крушения». По договору страхования, заключенному на этом условии, возмещаются: убытки от полной гибели всего или части груза вследствие огня, молнии, бури, вихря и других стихийных бедствий (кроме наводнения и землетрясения), крушения (катастрофы) воздушных судов, взрыва, а также вследствие мер, принятых для спасания или для тушения пожара; убытки вследствие пропажи воздушного судна без вести; убытки от полной гибели всего или части груза вследствие несчастных случаев при погрузке, укладке, выгрузке груза и приеме воздушным судном топлива; убытки от повреждения груза вследствие крушения (катастрофы) воздушных судов, пожара или взрыва на воздушном судне; необходимые и целесообразно произведенные расходы по спасанию груза [2, с. 268].

При наступлении страхового события размер ущерба устанавливается Страховщиком самостоятельно и определяется в следующем порядке:

В случае полной фактической гибели воздушного судна (судно полностью уничтожено или безвозвратно утрачено для Страхователя) или полной конструктивной гибели воздушного судна (восстановление воздушного судна невозможно или экономически нецелесообразно) – в размере страховой суммы, установленной в договоре страхования;

Полной гибелью воздушного судна признается такое его повреждение, при котором общая сумма расходов по устранению последствий страхового случая составит не меньше 90% страховой стоимости данного воздушного судна;

Воздушное судно считается утраченным, когда:

- местонахождение воздушного судна (его обломков) не установлено и его официальные поиски прекращены;
- эвакуация воздушного транспорта с места его вынужденной посадки невозможна или нецелесообразна независимо от полученных им повреждений;

В случае пропажи воздушного судна без вести (о судне не поступило никаких известий в течение трех месяцев) – в размере страховой суммы, установленной в договоре страхования;

В случае частичной гибели воздушного судна – в размере его страховой стоимости, за вычетом имеющихся остатков, годных для использования или реализации, но не более страховой суммы, предусмотренной договором страхования;

В случае повреждения конструкций воздушного судна или его оборудования – в размере затрат на его восстановление в соответствии со сметой, составленной экспертом Страховщика и согласо-

ванной со Страхователем, но не более страховой суммы, предусмотренной договором страхования [4, с. 67].

Список страховых компаний в Краснодаре, которые оказывают страховую услугу «Страхование воздушного транспорта»:

1. Ингосстрах. Россия, Краснодар, проезд Красных Партизан, 36
2. РЕСО-Гарантия. Краснодар, Центральный микрорайон, Кубанская набережная, 146
3. МСК (Страховая группа МСК). г. Краснодар, ул. Космонавта Гагарина, д. 124
4. Альянс. Краснодар, ул. Чапаева, 82, корп. 1
5. АльфаСтрахование. Краснодар, улица Красных Партизан, 28
6. Группа Ренессанс Страхование. Краснодар, ул. Северная, 443
7. Согласие. Краснодар, микрорайон Черемушки, ул. Ставропольская, 78
8. Цюрих. Краснодар, ул. Красных Партизан, 489
9. ЭНЕРГОГРАНТ. Краснодар, микрорайон Центральный, ул. Мира, 69/1
10. ВТБ страхование. Краснодарский край, Новороссийск, ул. Карла Маркса, 6

Тариф по страхованию средств воздушного транспорта (в рублях со 100 рублей страховой суммы или в процентах от страховой суммы за годичный период страхования)

Таблица 1

**Самолеты (срок действия договора страхования – 1 год)**

Наименование риска	Диапазон значений страхового тарифа (в зависимости от условий страхования)
Гибель (полная или конструктивная) воздушного судна	0,06 – 0,21
Пропажа воздушного судна без вести	0,03 – 0,25
Повреждение воздушного судна	0,03 – 0,35

Таблица 2

**Вертолеты (срок действия договора страхования – 1 год)**

Наименование риска	Диапазон значений страхового тарифа (в зависимости от условий страхования)
Гибель (полная или конструктивная) воздушного судна	0,09 – 0,32
Пропажа воздушного судна без вести	0,02 – 0,27
Повреждение воздушного судна	0,01 – 0,37

Таблица 3

**Прочие средства воздушного транспорта (срок действия договора страхования – 1 год)**

Наименование риска	Диапазон значений страхового тарифа (в зависимости от условий страхования)
Гибель (полная или конструктивная) воздушного судна	0,07 – 0,35
Пропажа воздушного судна без вести	0,02 – 0,30
Повреждение воздушного судна	0,01 – 0,39

Топ-10 авиакомпаний по безопасности по данным Росавиации после сертификации EASA. Данные на декабрь 2016 г.

1. Авиакомпания «Уральские авиалинии» – 0,24;
2. «Авиакомпания «Сибирь» (S7) – 0,25;
3. «Аэрофлот – российские авиалинии» – 0,38;
4. «Авиакомпания «ЮТэйр» – 0,46;
5. «Глобус» – 0,46;
6. «Авиационная транспортная компания «Ямал» – 0,57;
7. «Ред Вингс» – 0,59;
8. «Оренбургские авиалинии» – 0,63;
9. «Аэрофлот-Норд» – 0,70;
10. «Северный ветер» – 0,76.

В данном случае, цифры означают количество штрафных баллов полученных фирмой в результате комплексных проверок.

Чем больше цифра, тем меньший уровень безопасности. Если коэффициент приближается к значению 2,0, то авиакомпания попадает в «красную зону» и ей могут отказать в праве полетов в Европе.

## Литература

1. Страхование: учебник для вузов / под ред. Л.А. Орланюк-Малицкой, С.Ю. Яновой. – М.: Издательство Юрайт, 2011. – 828 с.
2. Скамай Л.Г. Страхование: учебник / Л.Г. Скамай. – М.: Юрайт, 2011. – 344 с.
3. Сплетухо Ю.А. Страхование / Ю.А. Сплетухо, Е.Ф. Дюжиков. – М.: ИНФРА-М, 2016. – 320 с.
4. Страхование. – М.: Лениздат, 2014. – 256 с.

УДК 338.47

**Ю.Д. Каменская, студент**

*Научный руководитель: С.Н. Любященко, канд. экон. наук, доцент  
г. Новосибирск, Новосибирский государственный университет экономики и управления*

## ОСНОВНЫЕ ПРОБЛЕМЫ И МЕТОДЫ РЕГУЛИРОВАНИЯ ЕСТЕСТВЕННОЙ МОНОПОЛИИ В РОССИИ НА ПРИМЕРЕ ОАО «РЖД»

Проблема естественных монополий является одной из наиболее актуальных проблем, касающихся стран с рыночной экономикой, ведь их функционирование оказывает определенное влияние на благосостояние и жизнь общества. Что касается Российской Федерации, то наличие естественных монополий и их регулирование закреплено законодательно.

Естественная монополия – это ситуация, при которой отрасль, производящая (реализующая) товары и услуги, эффективно удовлетворяет спрос в условиях отсутствия конкуренции в силу технологических особенностей производства. Ее товары (услуги) имеют устойчивый спрос независимо от изменений цены, даже значительных, поскольку эти товары невозможно заменить другими [7, с. 97].

К основным признакам естественной монополии относятся:

- 1) Наибольшая эффективность функционирования при отсутствии в отрасли конкуренции;
- 2) Установление барьеров входа на рынок для других фирм (в основном это высокие издержки);
- 3) Низкая эластичность спроса по цене (потребительский спрос на товар не меняется в зависимости от динамики цены);
- 4) Сетевой принцип.

Естественная монополия включает в себя отрасль, так как охватывает все производство определенного товара или услуги.

Одним из примеров естественной монополии в России является ОАО «Российские железные дороги». Данная компания основана 18 сентября 2003 г. Постановлением Правительства Российской Федерации № 585 [2].

Подтверждением тому, что ОАО «РЖД» – монополист, служит ее соответствие перечисленным признакам, которые представлены в таблице.

Таблица 1

**Признаки естественной монополии на примере ОАО «РЖД»**

Отсутствие конкуренции	Практически весь подвижной состав передан ОАО «РЖД» в уставной капитал и (или) долгосрочную аренду юридическим лицам, входящим в холдинг ОАО «РЖД»
Барьеры входа на рынок	Основной барьер – эффект масштаба, а также уникальные научно-технические разработки и издержки освоения рынка
Эластичность спроса по цене	Услуги ОАО «РЖД» обладают неэластичным спросом
Сетевой принцип	Развитая железнодорожная сеть в России

Российские железные дороги имеют множество особенностей, которые выделяют и возвышают их по отношению к другим отраслям. Это отсутствие товарозаменителей, так как авиатехника и автомобили не могут в полной мере обеспечить такое же качество и условия оказания услуг. Обширные масштабы распространения железнодорожных транспортных сетей и обеспеченность этим ресурсом, как в России, так и в странах СНГ также является особенностью этой отрасли. И, конечно же, зависимость других видов промышленности от железнодорожного транспорта повышает значимость ОАО «РЖД», ведь каждому производителю важно сокращение периода пребывания товара в пути, так как в это время капитал не приносит прибыли, а находится в обращении.

Следует отметить, что основную прибыль ОАО «РЖД» получают за счет грузовых перевозок, что отражено на рисунке 1.



Рис. 1. Структура доходов ОАО «РЖД», млрд руб.

По данным Федеральной службы государственной статистики, железнодорожные перевозки занимают лидирующее положение среди российских отраслей естественной монополии. По данным сайта Правительства Российской Федерации, их вклад в ВВП страны составляет 35%, что опережает даже такие отрасли промышленности, как электроэнергетическую и газовую (рис. 2).

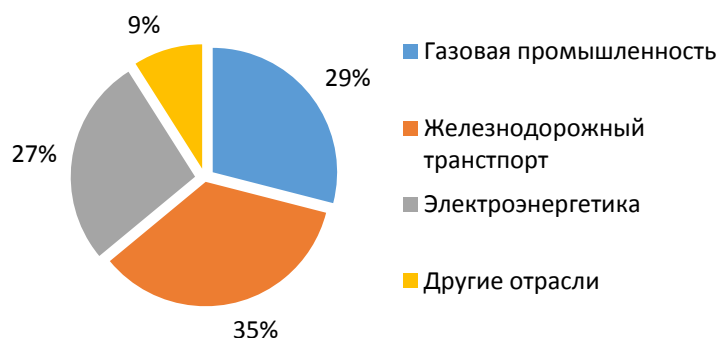


Рис. 2. Вклад естественных монополий в ВВП страны

Кроме того, исходя из статистики, приведенной на официальном сайте ОАО «РЖД», данная организация укрепляет свои позиции в грузообороте среди всех видов транспорта (рис. 3).

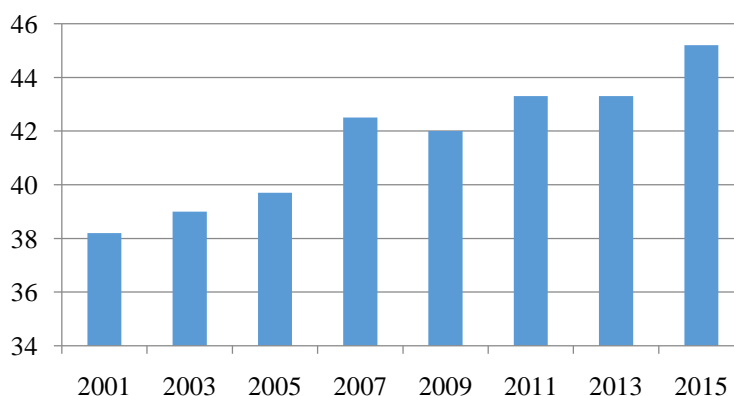


Рис. 3. Доля железной дороги в грузообороте всех видов транспорта, %

Таким образом, по данным статистики можно сделать вывод, что польза организации-монополиста ОАО «РЖД» заключается не только в развитии и подъеме национальной экономики, но и значимости своей деятельности для обеспечения общественного благосостояния.

Естественные монополии являются частью экономики, обеспечивающей ее функционирование, эффективность и стабильность. Они оказывают влияние не только на экономическую сферу жизни, но и на социальную и политическую. Но, несмотря на все эти преимущества, развитие естественных монополий повлекло за собой формирование таких проблем, как:

1. Сложность распределения прав собственности;

2. Сложность установления оптимальной цены;
3. Неэффективность корпоративного управления и контроля;
4. Отсутствие единства в интересах монополий, государства и его граждан;
5. Отсутствие налаженной системы институтов регулирования;
6. Наделение монополистов несвойственными им функциями, применение необоснованных привилегий.

В связи с наличием этих проблем, государство берет на себя функцию регулирования и контроля естественных монополий. В Российской Федерации существует два органа исполнительной власти по регулированию естественных монополий – это Федеральная служба по тарифам, которая определяет цены на товары монополистов, и Федеральная антимонопольная служба, осуществляющая контроль над соблюдением требований субъектами естественных монополий [6, с. 257].

Согласно Федеральному закону «О естественных монополиях» существует два основных метода государственного регулирования: ценовой и неценовой [1].

Ценовое регулирование происходит через установление определённых цен и тарифов, их максимального уровня. Данный метод необходим для снижения потерь общественного благосостояния от монополии. Также, в тех случаях, когда установление цены на уровне предельных издержек ведет к потерям, государство для удержания цены на этом уровне предоставляет монополисту субсидию в размере упущенной прибыли. Но ценовое регулирование имеет одну проблему – проблему качества продукции, ведь в условиях фиксируемой цены у производителя нет стимула для повышения качества товара [3, с. 102].

К неценовому методу можно отнести:

1. Регулирование уровня доходности. Используя такой метод, государство либо запрещает монополистам иметь сверхдоходы, либо забирает излишек, чтобы уравнивать шансы на доход монополистов. Но регулирование уровня доходности также имеет свои отклонения: происходит избыточное инвестирование, то есть в этом случае фирмы стараются по максимуму вложить свой капитал, например, в факторы производства, чтобы не лишиться полученного дохода.

2. Национализация предприятий. Данный метод является наиболее радикальным и применяется на практике в особых случаях [5, с. 151].

Таким образом, регулирование государством естественных монополий необходимо, так как в противном случае произойдет ориентация на интересы монополиста и спад общественного благосостояния.

ОАО «РЖД», как и другие естественные монополии не лишено проблем. Что касается прав собственности ОАО «РЖД», то на данный момент они полностью принадлежат государству, и управление им осуществляет Правительство РФ. Это с одной стороны, оказывает положительное влияние на систему трудовой занятости населения и осуществление антимонопольных и антикризисных мер, а с другой стороны, у данного предприятия пропадает стимул для снижения издержек производства и улучшения качества услуги. Но в последнее время все больше и больше развивается направление внедрения частной собственности через продажу акций [4, с. 122].

Недовольство населения повышением цен в данной отрасли – еще одна проблема данной организации. Так как ОАО «РЖД» является единственным представителем железнодорожных услуг, то цены, устанавливаемые Правительством РФ, постоянно растут, и никакие меры по предотвращению этой ситуации не принимаются. Кроме того, в 2017 году планируется повышение тарифа РЖД на 7,5%. Если данное изменение произойдет, то в будущем монополии потребуется по 100 млрд руб. субсидий из бюджета ежегодно на поддержание финансовой устойчивости. На основе этого российская газета «Ведомости» опубликовала следующие данные (рисунок 4):

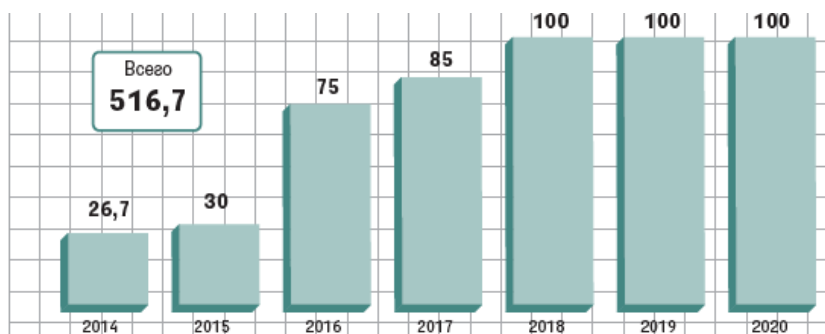


Рис. 4. Потребности ОАО «РЖД» в бюджетных ресурсах в 2014-2020 гг., млрд руб.



Учитывая данный факт, можно спрогнозировать повышение цен на железнодорожные услуги, ведь издержки требуют восполнения. Все это вновь спровоцирует недовольство общественных масс.

Кроме того, фирмы, имеющие локомотивы, вынуждены подчиняться интересам ОАО «РЖД», поскольку для них это единственный рынок сбыта имеющейся продукции.

На основе выявленных в отрасли проблем, можно с уверенностью сказать, что ОАО «РЖД» нуждается в государственном регулировании. Важно отметить, три возможных направления регулирования:

1) Ценовое регулирование, направленное на защиту потребителей от монопольных цен (так развивается реформирование ПАО «Газпром»);

2) Обособление из монополии конкурентных видов деятельности, которое приведет к либерализации отрасли и появлению конкурентов (по этому пути идет электроэнергетика);

3) Частичное сохранение монополистом своих позиций и права действовать в конкурентных областях. Такой исход наиболее реалистичен: ОАО «РЖД» перестанет занимать доминирующее положение в данной отрасли и начнет выступать как равноправный субъект [4, с. 123].

Таким образом, на основе проведенного анализа проблем естественных монополий на примере ОАО «РЖД» и их государственного регулирования, можно сделать вывод, что данной отрасли необходимо повышение эффективности и инвестиционной привлекательности. Также выявлено, что без государственного регулирования этой организации не обойтись, так как необходимо принимать меры по решению проблем частичной приватизации отрасли железнодорожного транспорта, которая будет способствовать повышению качества предоставляемых услуг, установлению более либеральных и демократичных цен и акцентированию внимания на интересы смежных отраслей промышленности. Несмотря на отсутствие высоких темпов реформирования в железнодорожной промышленности, оно все же проводится и, безусловно, результаты будут заметны в ближайшем будущем.

#### Литература

1. Федеральный закон № 147 «О естественных монополиях» от 17 августа 1995 г. (в ред. от 19 июля 2011 года).
2. Постановление Правительства РФ № 585 «О создании открытого акционерного общества «Российские железные дороги» от 18 сентября 2003 г.
3. Вурос А.Д. Экономика отраслевых рынков / А.Д. Вурос, Н.М. Розанова. – М.: ТЭИС, 2002. – 253 с.
4. Дерябина М.А. Реформирование естественной монополии: теория и практика // Вопросы экономики. – 2009. – № 1. – С. 121–124.
5. Джуха В.М. Экономика отраслевых рынков / В.М. Джуха, А.В. Курицын, И.С. Штапова. – М.: КноРус, 2012. – 288 с.
6. Князева И.В. Антимонopolная политика в России: учебное пособие / И.В. Князева. – М.: Омега-Л, 2009. – 494 с.
7. Лопатников Л.И. Экономико-математический словарь: Словарь современной экономической науки / Л.И. Лопатников. – М.: Дело, 2003. – 520 с.

УДК 368.1:338.48

*А.А. Карабак, студент*

*Научный руководитель: Е.И. Васильченко, доцент*

*г. Краснодар, Кубанский государственный аграрный университет им. И.Т. Трубилина*

## АСПЕКТЫ СТРАХОВАНИЯ ТУРИСТОВ, ВЫЕЗЖАЮЩИХ ЗА РУБЕЖ

Страхование граждан, выезжающих за рубеж – это вид страхования, цель которого обеспечить защиту граждан в течение периода их нахождения за границей. Объектом страхования выступают имущественные интересы застрахованного лица, связанные с его расходами из-за расстройства здоровья или смерти.

Согласно законодательству страховой полис оформляется с целью обезопасить туристов в путешествии. Он необходим для защиты от рисков: оказания медицинской помощи. Расходы при этом лягут на страховую компанию, в противном случае, все затраты будет нести сам турист. Срок действия оформляемого полиса не менее периода пребывания застрахованного за пределами РФ. Так, если лицо нуждается в медицинской помощи на момент окончания срока страхования, страховщик несет ответственность в пределах установленной по полису страховой суммы без дополнительных ограничений [3].

По законодательству минимальная сумма страховки составляет 2 миллиона рублей. Однако следует отметить, что сама страховка стоит в среднем – полтора или два доллара в сутки на одного

застрахованного. Данная сумма зависит от разных факторов: срока пребывания, возраста страхуемых лиц, страны, типа отдыха.

Минимальный срок ее оформления – весь период пребывания туриста в другой стране. Обычно базовая страховка включает в себя помощь в экстренных ситуациях, лечение различных заболеваний, амбулаторное и стационарное лечение; перевозка в больницу и транспортировка в родную страну; экстренная помощь стоматолога. Обеспечение услуг, указанных в страховом договоре между страховой компанией и страхователем происходит посредством обращения застрахованного лица в сервисную компанию. Данные компании представляют собой организации, которые заключили соглашение со страховщиком и местными медицинскими учреждениями, и согласному обеспечивают организацию услуг. Однако страховая компания имеет право отказать клиенту, если он не соблюдал условия договора.

Возможен и другой способ – компенсационное возмещение рисков. В этом случае турист самостоятельно оплачивает услуги врачей, а страховая компания возмещает все затраты по возвращении страхователя домой. При этом во избежание отказа в выплате страхового возмещения необходимо все расходы согласовывать с представителем страховой компании. Для получения компенсации необходимо обратиться в офис страховщика не позднее срока, указанного в договоре страхования. Также требуется предоставить: страховой полис, письменное заявление о наступившем страховом случае, медицинские документы (подтверждающие обращение застрахованного за помощью), направления на прохождение исследований, чеки на лекарства, счета медицинских учреждений об оказании услуг (подтвержденные штампом) и другие документы, подтверждающие факт обращения застрахованного лица за помощью и осуществления им затрат на ее осуществление.

По данным статистической информации, туризм среди граждан России в зарубежные страны имеет широкое распространение. За 2016 год в страны дальнего зарубежья было совершено 19,9 млн поездок, в страны ближнего зарубежья – 11,7 млн поездок.

Согласно таблице 1 странами-лидерами для отдыха среди жителей нашей страны являются Финляндия (2,9 млн поездок) и Абхазия (4,3 млн поездок) соответственно. Наибольшее падение потока туристов из России наблюдается в Турции, где количество поездок в 2016 году по отношению к 2015 году снизилось на 77%, что было связано с политической и экономической ситуацией в стране.

Таблица 1

**Количество поездок граждан РФ с целью туризма  
на территорию государств дальнего и ближнего зарубежья [2]**

Страны	2015 год	2016 год	Изменение 2016 года к 2015 году, %
<b>Страны дальнего зарубежья</b>			
Финляндия	3066658	2894394	-6
Китай	1284324	1676214	31
Эстония	1476915	1511413	2
Польша	1321767	1103532	-17
Германия	1111448	1057388	-5
Таиланд	675089	866597	28
Кипр	550327	812741	48
Турция	3460325	797304	-77
Испания	692996	789769	14
Греция	633585	782476	23
<b>Страны ближнего зарубежья</b>			
Абхазия	3824227	4256754	11
Казахстан	3125140	2849526	-9
Украина	1656624	1804338	9
Грузия	650517	741622	14
Азербайджан	584400	626806	7
Южная Осетия	456785	435478	-5
Армения	265523	288224	9
Киргизия	250300	239722	-4
Республика Молдова	224100	200436	-11
Таджикистан	97729	110446	13

С целью защиты максимального количества интересов наших соотечественников, помимо услуг медицинского характера, страхование предусматривает страховку багажа, ответственности или возможность отмены поездки. Например, такие популярные страховые компании, как Ингосстрах,

Росгосстрах, ВТБ-страхование, Зетта, Альфа-страхование, Сбербанк-страхование, Allianz предлагают оформление страховых полисов по следующим рискам:

1. Риск «Медицинской и экстренной помощи».

Представляет собой покрытие страховщиком расходов на лечение при заболевании и несчастном случае в поездке. При этом возможно включение дополнительных условий, связанных с активным отдыхом и спортом, хроническими заболеваниями застрахованных, беременностью и другое.

2. Риск «Несчастный случай».

Предполагает получение компенсации при получении травм различной степени тяжести, в том числе и наступления инвалидности. При этом инвалидность может наступить не сразу, а в течение года после приезда из-за рубежа.

3. Риск «Утрата багажа».

Предполагает получение компенсации при утере или уничтожении багажа, переданного на время авиаперелета перевозчику. Страховка начинает действовать с момента появления застрахованного в аэропорту и распространяется на весь багаж, включая ручную кладь.

4. Риск «Гражданская ответственность».

Подразумевает страхование туристов от причинения вреда жизни, здоровью или имуществу третьих лиц во время пребывания на территории страхования. То есть страховая компания несет расходы по возмещению ущерба, нанесенного сторонним лицам, вследствие непреднамеренных действий застрахованного лица.

5. Риск «Отмена поездки».

Предполагает страхование от внезапной отмены ранее оплаченной поездки или изменения сроков поездки по непредвиденным причинам. Как правило, возмещению подлежат расходы, которые застрахованное лицо несет вследствие задержки или отмены авиарейса, отказа в выдаче визы или ее задержка, изменения сроков пребывания за рубежом или отмены оплаченной поездки [1].

Помимо этого турист может дополнительно указать в страховом полисе тип отдыха (экстремальный отдых, активный зимний отдых и т.д.), а также учесть риски, связанные с профессией, что позволит страховой компании учесть возможные риски.

В случае, когда турист часто выезжает за границу, целесообразно оформить не разовый полис, а годовой, который включает неограниченное количество поездок.

Необходимо отметить, что не допускается использование полиса на покрытие затрат по целенаправленному, раннее спланированному лечению. При обострении хронического заболевания страховщик оплачивает только «снятие острой боли».

Таким образом, страховой полис покрывает все имущественные расходы, возникающие по причине болезни, несчастного случая, дорожно-транспортного происшествия и других ситуаций. Полный перечень рисков оговаривается страхователем и страховщиком. От объема данного списка, срока путешествия и особенностей поездки зависят размер страховых выплат и страховая сумма.

#### Литература

1. Гвозденко А.А. Основы страхования [электронный ресурс]. URL: <http://e.lanbook.com> (дата обращения: 22.03.2017).
2. Информационно-статистический портал [электронный ресурс]. URL: <http://www.russiatourism.ru> (дата обращения: 22.03.2017).
3. Справочно-правовая система [электронный ресурс]. URL: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_12462](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_12462) (дата обращения: 22.03.2017).

УДК 336.025

**Т.В. Карпушина, студент**

*Научный руководитель: Е.Е. Харламова, канд. экон. наук, доцент  
г. Волгоград, Волгоградский государственный технический университет*

## ПРИМЕНЕНИЕ РЕИНЖИНИРИНГА В СФЕРЕ ОБРАЗОВАНИЯ

В современных условиях постоянного развития экономических, социальных, политических и прочих сфер жизни, особенно важным становится соответствие управленческих идей изменяющимся факторам и требованиям внешней среды. Необходимо систематическое переосмысление способов организации системы управления и использование принципиально иных подходов, которые позволят

в полной мере реализовать преимущества новых технологий, наиболее эффективно раскрыть человеческий потенциал. Одним из таких подходов можно считать реинжиниринг бизнеса (бизнес-процессов).

Несмотря на достаточное количество работ, описывающих применение инструментов реинжиниринга в современной экономике, большинство из них посвящено внедрению данного метода на промышленных предприятиях, вопросы же применения реинжиниринга в образовании и его особенностей использования описываются крайне редко. Однако, применение инструментария реинжиниринга также актуально и для социально-экономической сферы.

Реинжиниринг подразумевает «создание компании заново» и определяется как «фундаментальное переосмысление и радикальное перепроектирование бизнес-процессов для достижения существенных улучшений в таких ключевых для современного бизнеса показателях результативности: затраты, качество, уровень обслуживания и оперативность» [7, с. 32].

С учетом того, что реинжиниринг заключается, прежде всего, в анализе и пересмотре бизнес-процессов организации, главными мероприятиями в рамках данного подхода являются выделение основных бизнес-процессов, описание их на общедоступном языке и исследование с целью дальнейшего преобразования [8, с. 11]. Основной целью исследований по выделению бизнес-процессов является отражение цельной картины настоящего функционирования организации. Она должна представлять все используемые в функционировании организации ресурсы, последовательности выполнения процедур, результаты их выполнения и т.д. Кроме того, полученная картина должна давать возможность всестороннего анализа отображенных на ней бизнес-процессов [9].

Возникновение реинжиниринга бизнес-процессов (или, сокращенно, BPR), явилось ответом на следующие изменения потребительского поведения:

- возросла доступность товаров из любой точки мира, следствием чего стал сильный рост конкуренции;
- резко увеличились требования потребителей к качеству услуг и товаров любых видов, к срокам их предоставления;
- уменьшение сроков разработки и внедрения новых товаров и услуг (из-за роста возможности выбора, которые имеют потребители, стало уменьшаться время жизни товаров и услуг на рынке).

В качестве внутренних причин возникновения BPR, определяющих необходимость поиска новых путей существенных изменений в организации, выделяют три причины:

- рост сложности новых продуктов, соответственно усложнились и управленческие задачи;
- неэффективность дальнейшего увеличения числа работников на всех уровнях предприятия;
- недостаточная отдача от инвестиций в компьютерные системы.

В качестве ответа на новые требования рынка явилось выделение примерно в 1990 г. технологии под названием «Реинжиниринг бизнес-процессов» (BPR – Businessprocessreengineering), которая позволила преобразовать преимущества новых информационных технологий и человеческих ресурсов с целью более полного удовлетворения потребностей потребителя. Наиболее известной является книга М. Хаммера и Дж. Чампи «Реинжиниринг корпораций: революция в бизнесе».

Каждая организация самостоятельно разрабатывает проект реинжиниринга бизнес-процессов, исходя из своего финансового состояния (табл. 1), в котором определяются основные этапы, их последовательность и содержание, применяемые методики, технологические решения и информационное обеспечение.

Таблица 1

**Классификация видов реинжиниринга в зависимости от финансового состояния предприятия**

Финансовое состояние	Вид реинжиниринга
1. Предприятие, занимающее лидирующие позиции	Стратегический реинжиниринг. Основное направление работы – завоевание новых конкурентных преимуществ, с целью сохранения позиции на рынке
2. Устойчивое предприятие	Оперативный реинжиниринг. Действия носят упреждающий характер, учитывая возможные изменения на рынке
3. Предприятие в состоянии кризиса	Антикризисный реинжиниринг. Ориентирован на кардинальное изменение существующих бизнес-процессов

В общем виде процесс реинжиниринга представлен на рисунке 1.

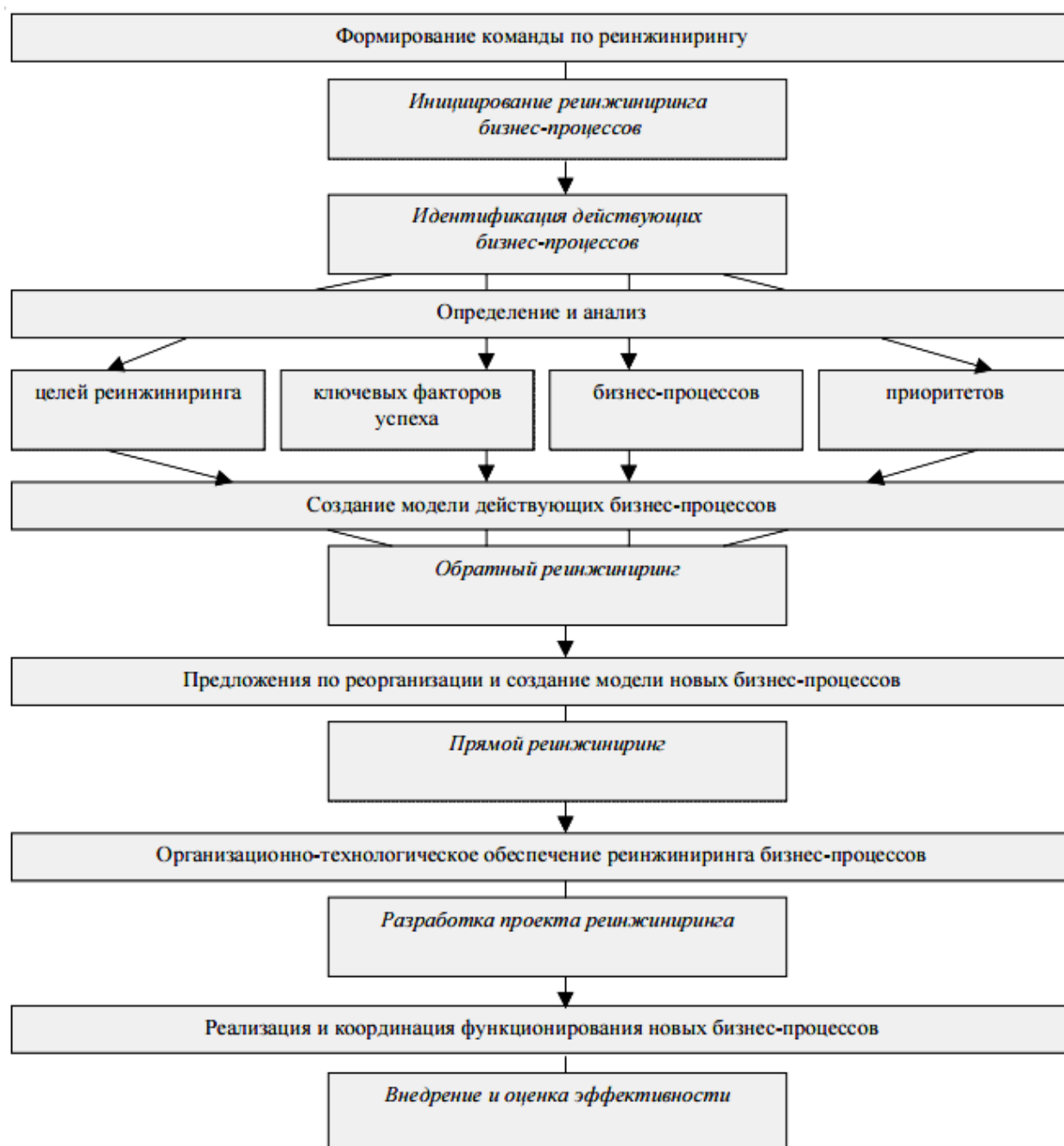


Рис. 1. Основные этапы реинжиниринга бизнес-процессов

Нельзя сказать, что реинжиниринг был «изобретен» учеными, он скорее был «обнаружен» ими в ряде преуспевающих компаний, которые интуитивно использовали его основные свойства. Исследователи выделили характерные черты инжиниринга, систематизировали принципы и методы его проведения.

Необходимость совершенствования системы управления высшего образования на данном этапе обуславливается конкурентной борьбой на рынке образовательных услуг, постоянно меняющимися условиями деятельности (как экономическими, так и организационными), нечеткой и непостоянной позицией государства по отношению к высшей школе [5, с. 26–29].

Изменения, внешней среды относительно высшего учебного заведения, требуют соответствующей реакции и внедрения организационно-управленческих инноваций, таких как: стратегическое планирование; всеобщий менеджмент качества; бюджетирование, имеющее ориентацию на результат; управление проектами; реинжиниринг бизнес-процессов и другие инновации в области управления.

Успешность проведения экономических реформ в немалой степени зависит от одного из главных направлений государственной образовательной политики – повышения эффективности деятельности вузов. На сегодняшний день в стране происходят отдельные изменения, затрагивающие деятельность вузов, такие как сокращение числа высших учебных заведений, улучшение качества обра-

зования. Все это, несомненно, связано с присоединением России к Болонскому процессу. Данное обстоятельство свидетельствует о том, что Россия, так же как и ряд других стран-участниц процесса, приступила к реализации определенной программы действий в сфере обеспечения качества образовательных услуг [6, с. 13].

В качестве примера перспективы проведения процесса реинжиниринга в образовательной сфере, можно выделить исследования, проведенные в Татарском государственном гуманитарно-педагогическом университете. Основной целью реинжиниринга является создание эффективной модели управления ВУЗами в сфере образования, основанной на процессном управлении.

Для описания и оптимизации бизнес-процессов была выбрана инструментальная среда «BusinessStudio» (система бизнес-моделирования), позволяющая описать бизнес-процессы в виде взаимосвязанных диаграмм с помощью нотаций IDEF0 – на верхнем уровне модели, Процедура, Процесс, EPC, BPMN – на нижних уровнях. В ходе исследования было выявлено 1069 бизнес-процессов (в т.ч. 178 процедур), 5 уровней глубины иерархии.

С помощью BusinessStudio была проведена оптимизация бизнес-процессов каждого контура, которая заключалась в детальном анализе связей бизнес-процессов, контроле дублирующих действий, исключении действий, создающих временную задержку выполнения процесса, введении новых процессов и действий для повышения эффективности процессов.

Кроме этого, в рамках проекта были сделаны выводы по каждому контуру управления, составлены рекомендации и разработан план мероприятий для оптимизации управления университетом в целом.

Примечательно, что разработанная модель может найти широкое применение в любом ВУЗе России [2].

Во многих ВУЗах страны планируется открытие инновационных образовательных программ. К примеру, помощью реинжиниринга в ФБГОУ ВПО «Юго-Западный государственный университет» планируется достичь следующих результатов:

- требования к содержанию и условиям реализации в университете образовательных программ инновационного типа;
- междисциплинарные инновационные программы приоритетных направлений развития науки, технологий и техники РФ в целях гармонизации с Болонским процессом и потребностями в кадровых ресурсах региона;
- модель частно-государственного партнерства по взаимодействию компаний и ВУЗа;
- новые технологии и формы получения профессионального образования, повышения квалификации и организации учебного процесса; организация дистанционного доступа к информационным и техническим образовательным ресурсам с применением компьютерных сетей на основе разработки и внедрения универсального комплекса программ;
- сформированная система непрерывного образования (НПО – СПО – ВПО – послевузовское и дополнительное профессиональное образование- переподготовка и повышение квалификации – университет пожилого человека) посредством создания возможностей для реабилитации и включения пожилых людей в активную социальную жизнь, развитие университета пожилого человека;
- развитая ресурсная база структурных подразделений университета (развитие материально-технической базы кафедр, НОЦ, лабораторий, аудиторий) для подготовки специалистов, ориентированных на формирование конкурентных преимуществ современной России;
- внедрение CALS-технологий инновационного управления образовательной деятельностью университета, создание универсального программного комплекса «Поддержка жизненного цикла образовательных программ» [1, с. 37].

На сегодняшний день, внедрение современной системы менеджмента в высших учебных заведениях испытывает и ряд проблем, к которым относятся:

- бюрократизм и невосприимчивость к изменениям настоящих систем управления, из-за которых реакция вуза на внешние и внутренние изменения существенно замедляется;
- структуры и методы управления не соответствуют решаемым задачам;
- разные уровни управления по-своему трактуют цели и стратегии управления;
- преимущественно решаются задачи оперативного управления, нежели чем и стратегического;
- параллельное внедрение управленческих изменений не является неэффективным в большинстве случаев и т.д. [4, с. 56].

Решение обозначенных проблем в процессе реинжиниринга позволит обеспечить более эффективное использование потенциала организации. Например, возможно повышение заинтересованности

и ответственности за результаты структурных подразделений и сотрудников вуза, оценка их вклада в достижение стратегических целей и показателей деятельности вуза.

Неэффективность внедрения управленческих инноваций, предлагаемых и осуществляемых, как правило, ректоратом, часто возникает в следствие ряда причин, одной из которых является слабая реакция структурных подразделений, в частности кафедр, возникающая из-за незнания и непонимания стратегических целей вуза, отсутствия заинтересованности в результатах деятельности всей организации [3, с. 109–114].

Реинжиниринг образовательных процессов вуза – это не только перестройка его организационной структуры. Речь идет о создании принципиально новой, современной, основанной на максимальном использовании информационных технологий системе управления вузом, как организацией, занимающейся предпринимательской деятельностью.

На сегодняшний день западными исследователями накоплен значительный опыт применения методов реинжиниринга применительно к совершенствованию предпринимательской деятельности. «В современных условиях компаниям нужна возможность преобразовывать все бизнес-процессы в стандартную форму, открытую для манипуляций с помощью уже имеющихся инструментов и умений». В связи с этим, у вузов возникает необходимость разработки стандартных бизнес-процессов, которые будет возможно постоянно видоизменять с учетом текущих как внутренних, так и внешних изменений.

Следовательно, очевидно, что проектирование стандартных бизнес-процессов вуза – в настоящее время наиболее актуальная задача дальнейшего совершенствования системы управления.

#### Литература

1. Аннотированная программа стратегического развития ФБГОУ ВПО «Юго-Западный государственный университет» на 2012–2016 годы.
2. Асадуллин И.М., Замалетдинов Р.Р., Самигуллина Н.М. Оптимизация управления высшим учебным заведением на основе процессного подхода // Ректор ВУЗа. – № 8. – 2015.
3. Бедрина С.Л., Бараусова Е.А. Современные тенденции повышения эффективности управления кафедрой // Экономика и развитие материального производства: Сборник научных трудов / Дальневосточный государственный технический университет. Владивосток, 2006.
4. Лукашенко М.А. Высшее учебное заведение на рынке образовательных услуг: актуальные проблемы управления. – М.: Маркет ДС, 2003.
5. Сазонов С.П., Харламова Е.Е., Чеховская И.А., Полянская Е.А., Седленице С.Г., Коротеев М.В. Финансовое обеспечение деятельности образовательной организации высшего профессионального образования: монография / ВолгГТУ. – Волгоград, 2014. – 144 с.
6. Сидорова Е.Е. Применение современных управленческих технологий повышения эффективности деятельности образовательного учреждения: монография / И.А. Морозова, Е.Е. Сидорова, К.С. Куликова; ВолгГТУ. – Волгоград, 2013. – 103 с.
7. Хаммер М., Чампи Д. Реинжиниринг корпорации. Манифест революции в бизнесе. – Издательство Манн, Иванов и Фербер, 2011. – 288 с.
8. Харламова Е.Е. Теория и методология эффективного управления динамичным развитием образовательной организации: монография / Е.Е. Харламова; ВолгГТУ. – Волгоград, 2015. – 159 с.
9. <http://www.reengine.ru> (дата обращения: 05.03.2017).

УДК 351

*Р.З. Куриубадзе, студент*

*Научный руководитель: Е.А. Бритикова, канд. социол. наук, ст. преподаватель  
г. Краснодар, Кубанский государственный аграрный университет им. И.Т. Трубилина*

### ПЕРСПЕКТИВЫ ВНЕДРЕНИЯ ИННОВАЦИЙ В РАБОТУ С ОБРАЩЕНИЯМИ ГРАЖДАН

В настоящее время, в условиях быстроменяющегося мира, всеобщей компьютеризации, ограниченности средств бюджетов, важнейшей задачей органов государственного управления и местного самоуправления, выходящей на первые позиции, является повышение эффективности их эффективности.

Сегодня, многих ученых, исследователей волнуют вопросы разработки и внедрения инноваций. Все это не обходит стороной и органы государственного, муниципального управления [1, с. 18].

Целью органов власти является повышение благосостояния граждан, создание условий для обеспечения реализации прав человека и гражданина, создание условий для развития гражданского общества в целом и каждой личности в отдельности.

В связи с этим повышение эффективности деятельности органов власти – приоритетная задача современного государственного управления. Особенно важная задача в условиях кризиса, ограниченности бюджетных средств [2, с. 21].

На наш взгляд, внедрение инновации – наилучшее направление повышения эффективности органов власти.

Отметим, сам термин инновации имеет множество значений. Под инновациями чаще всего понимают не просто научные знания, изобретения, промышленные образцы. Инновации в условиях рыночной экономики – это перспективная научная идея, изобретение которое можно использовать для получения прибыли [3, с. 28].

Инновации в работе органов власти можно рассматривать как научные идеи и изобретения которые могут существенно повысить эффективность органа управления. Таким образом инновации в этом значении являются инструментами для достижения целей органа власти, социальных и экономических эффектов.

Важнейшую роль в процессе повышения эффективности органа власти играет гражданское общество и институт обращений граждан. Институт обращений граждан – это исторически сложившаяся в обществе практика взаимодействия органов власти с гражданами. Сегодня институт обращений представляет собой направление гражданами или их группами в органы власти и должностным лицам письменных, устных заявлений, предложений, жалоб.

Помимо прочего, обращение граждан – это закрепленное в законах право, обеспечивать которое обязаны органы власти [4, с. 49].

Становление и развитие информационного общества, всеобщая компьютеризация, открывают новые возможности для совершенствования в этой непростой сфере.

Итак, инновации в сфере работы с обращениями граждан очень важны. В этом не возникает сомнения ни у исследователей, ни у государственных и муниципальных служащих. В первую очередь эта важность проявляется в том, что обращение гражданина это мощная линия коммуникации между государством и обществом. Любому органу власти необходимо взаимодействие с населением, гражданским обществом. Обращения зачастую сигнализируют: что нужно делать, где и как.

Прежде чем проводить инновационные разработки и их внедрение, необходимо учесть тенденции, сложившиеся в изучаемой сфере, и перспективы совершенствования.

Изучив нормативно-правовые акты, статистическую информацию, отечественную практику, организацию работы с обращениями граждан в муниципальном органе управления – администрации МО Славянский район, можно отметить следующее:

Самой важной, на наш взгляд, тенденцией является то, что граждане все больше переходят на автоматизированные, компьютеризированные способы коммуникации, и органам власти ни в коем случае нельзя отставать с интеграцией в данную систему.

Безусловно, большая часть муниципалитетов уже перешла на электронный документооборот, однако практика показывает, что возможностей для совершенствования в этой сфере достаточно [5, с. 240].

Представим основные условия, влияющие на внедрение инноваций в сфере работы с обращениями граждан:

1) Важнейшим фактором, несомненно, является правовой фактор. Перспективы внедрения инноваций, и любой иной деятельности зависят от правового фактора, то есть любые изменения, внедрения инновации должны лежать в рамках правового поля. В сфере работы с обращениями, законодательство нашей страны очень развито и открывает возможности для совершенствования работы в данном направлении.

2) Условие стандартизации: все органы власти взаимодействуют, и входят в систему государственного и муниципального управления. Любые инновации в такой сфере как работа с обращениями граждан должны компактно сочетаться с элементами системы. Например, инновации в сфере электронного документооборота должны быть унифицированы во всех органах власти, иначе они просто не смогут выполнять работу технически. И таких примеров можно привести множество.

3) Условия ограниченности бюджетных средств: предполагает наименьшие затраты при наибольшем эффекте.

4) Коммуникативные условия также имеют важное значение. Как уже отмечалось нововведения в органах власти невозможны без стандартизации и унификации, но так как важнейшими участ-



никами процесса «обращения» являются граждане, то они должны иметь возможность интеграции в новую систему с привнесенными в нее изменениями. Например, граждане должны иметь возможность просто и быстро отыскать электронный ресурс того или иного органа власти и направить письмо. Также легко и просто загрузить через мобильную сеть ответ органа власти и ознакомиться с ним.

5) Информационные условия играют сегодня очень важную роль. Они заключаются в том, что внедряя инновации, необходимо обеспечить население качественной, доступной информацией о нововведениях. Необходимо довести информацию, отвечающую на многие вопросы граждан, возникающие перед самой отправкой обращения: как правильно отправить, какова компетенция органа, в какие сроки ждать ответа. Эта информация не просто должна присутствовать на сайте органа, она должна быть максимально удобной для восприятия: крупный шрифт, яркое оформление в виде схем, таблиц, или текста.

Таким образом, органу власти необходимо учитывать факторы внешней и внутренней среды.

Современные тенденции указывают на то, что граждане предпочитают обращаться в органы власти посредством электронного документооборота. В большинстве органов власти доля электронных обращений во всем их количестве возрастает в среднем на 10% ежегодно. Практически все органы власти, в чьи функции входит работа с обращениями, внедрили или внедряют системы позволяющие работать с обращениями такой формы отправления.

Мнения экспертов сходятся в том, что работа с обращениями граждан нуждается в совершенствовании главным образом не на муниципальном уровне, а на общегосударственном уровне, выделяя при этом ряд назревших, неразрешенных проблем этой сферы:

1) Пожалуй, самая важная на наш взгляд проблема, это отсутствие единого общегосударственного стандарта по оценке эффективности работы с обращениями граждан. Закон «О порядке работы с обращениями граждан» содержит нормы, однако ключевым фактором оценки эффективности выступает срок рассмотрения обращения, что не отражает всей полноты и глубины сущности проблемы.

2) Следующей вытекающей проблемой является отсутствие единого стандарта классификации обращений граждан.

3) Из-за того, что каждый орган власти ведет статистику по обращениям по-своему стандарту, обобщение всей информации и создание общей статистической базы по обращениям –непосильная задача.

4) В связи с отсутствием общей статистической базы, любое изучение данного вопроса на уровне страны существенно осложняется, о чем и говорят сегодня эксперты.

5) Отсутствие общей для страны статистики обращений ставит в тупик совершенствование работы с обращениями граждан на федеральном уровне, а значит и на уровне отдельного муниципалитета.

6) Недостаточная информированность граждан, что вызывает дублирование обращений, повторные обращения, с вытекающим увеличением сроков рассмотрения обращений и снижения качества их исполнения.

7) Частота случаев подачи обращения не по компетенции органа, что вызывает его переадресацию, с последующим уведомлением гражданина, и как следствие увеличение сроков рассмотрения.

8) Значительная доля обращений поступает не на прямую в орган муниципальной власти, а минуя все три уровня власти: федеральный, уровень субъекта, местный уровень, что также увеличивает срок рассмотрения.

Следовательно, существует целый ряд проблем, необходимость решения которых не вызывает сомнений.

Таким образом, чтобы разрешить сложившуюся ситуацию необходимо провести ряд мероприятий:

1) Создание единого стандарта классификации обращений граждан для всех органов управления.

2) Создание единого стандарта предоставления статистических сведений по обращениям граждан.

При внедрении инноваций направленных на решение поставленных проблем необходимо учитывать:

1) Соответствие нововведений законодательству.

2) Тенденции нарастающей компьютеризации.

3) Ограниченность бюджетных средств.

4) Инновации не должны привести к еще большему усложнению системы работы с обращениями.

Отметим, что сегодня в нашей стране имеется опыт создания государственных порталов, например: портал «Государственных услуг», портал «Госслужбы», и другие. Они хорошо зарекомендовали себя.

На основе вышеперечисленного предлагаем следующую инновационную идею: создание «государственного портала обращений граждан». Его цель – решить вышеперечисленные проблемы. Портал предлагаем организовать в виде нескольких мультимедийных окон.

Раздел «Для органов власти». Данный раздел должен содержать:

- 1) Единый классификатор обращений граждан.
- 2) Единую стандартную форму предоставления статистических данных органами.
- 3) Стандарт оценки эффективности работы с обращениями граждан.
- 4) Электронную базу данных отражающую общегосударственную статистику по обращениям граждан, а также статистику в разрезе субъектов РФ, и муниципальных образований. Сведения в такую электронную базу данных должны подаваться органами власти, ежеквартально.

Такая база данных должна объединить статистику каждого органа в единую упорядоченную систему, что решит проблему с отсутствием необходимой для анализа эффективности информации.

5) Нормативно-правовые акты, регулирующие работу с обращениями граждан, с обновлением до последней редакции.

Раздел «Для обращений граждан», должен содержать: мультимедийную систему электронной подачи обращения. Для подачи обращения гражданину необходимо заполнить поля.

Поле «орган – адресат», предусматривает введение названия органа власти, после заполнения этого поля система должна автоматически открывать страницу сайта органа власти, где размещена информация о его полномочиях. Это необходимо для того чтобы гражданин перепроверил правильность адресации, ведь как уже отмечалось, обращения поданные не по компетенции – частое явление, с вытекающими из него сложностями.

Далее гражданин заполняет поля с фамилией, именем, отчеством обращающегося, обратный адрес. После, заполняется поле текста обращения. После подтверждения электронное письмо отправляется в указанный орган власти.

Раздел «Статистика для граждан», должен предоставлять возможность гражданам ознакомиться с информацией размещенной органами власти в автоматической базе данных.

Таким образом, описанная модель государственного портала «Обращений граждан», в перспективе должна решить проблемы: отсутствия статистической информации, низкая информированность граждан, увеличение сроков рассмотрения. При реализации такого рода инновации необходимо в первую очередь разработать и принять: единый классификатор обращений граждан, единую стандартную форму предоставления статистических данных органами, стандарт оценки эффективности работы с обращениями граждан.

#### Литература

1. Бритикова Е.А., Гайдо О.В., Крючкова В.А. Финансовое состояние предприятия как основной показатель его деятельности // Сборник статей третьей международной школы молодых ученых в области экономики и права на юге России. – 2016. – С. 18–21.
2. Бритикова Е.А., Куршубадзе Р.З. Использование маркетинга территорий для повышения конкурентоспособности экономики муниципального образования // Сборник статей третьей международной школы молодых ученых в области экономики и права на юге России. – 2016. – С. 21–23.
3. Бритикова Е.А., Тонян М.Н., Кутовая А.А. Механизмы формирования инвестиционного портфеля // Сборник статей третьей международной школы молодых ученых в области экономики и права на юге России. – 2016. – С. 28–31.
4. Жеребцова Л.А. Основы организации работы с устными обращениями граждан (на примере Минтруда Российской Федерации) // Делопроизводство. – 2004. – № 1. – С. 49.
5. Хропанюк В.Н. Теория государства и права. – М., 1997. – С. 240.

## ИННОВАЦИОННАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ В АПК. ОПЫТ США

Одним из основных условий успешного социально-экономического развития многих стран мира является эффективная инновационная агропромышленная политика. Значительный интерес представляет опыт такой крупнейшей сельскохозяйственной державы мира как США.

На сегодняшний день США занимает лидирующие позиции по уровню эффективности сельского хозяйства. Это страна с самыми благоприятными в мире природноклиматическими условиями для сельскохозяйственного производства. Сегодня в аграрном комплексе этой страны используется огромное количество инновационных решений, позволяющих фермерам производить больше продукции с меньшими затратами. Применение ГМ-семян и прямого посева сокращают расходы фермеров на применение машин, топлива и пестицидов. С их помощью, а также за счет целенаправленной государственной политики и создания комфортного климата для развития сельхозпроизводства, продуктивность сельского хозяйства США за последние 20 лет возросла почти на 50% [1, с. 21].

Характерной особенностью аграрной политики США является активное внедрение инноваций на всех стадиях сельскохозяйственного производства: механизации, селекции, химизации, региональной специализации, применении биотехнологий. В целом, агропромышленный комплекс переходит к более высокой биотехнологической стадии. Уже в 2001 г. площади, засеваемые генетически модифицированными культурами, выросли почти до 40 млн га. Более половины выращиваемой в США сои и почти четверть кукурузы выращиваются именно таким способом и в настоящее время. Что же касается зерновых, то применение методов генной инженерии в некоторых случаях обеспечивает повышение их урожайности на 40–60%. Настолько же быстрыми темпами растет в США использование гормональных добавок в животноводстве. Использование антибиотиков не только в качестве лечебных препаратов, но и как стимуляторов роста, стали практиковать прежде всего в птицеводстве начиная с 40-х гг. прошлого века, добавляя в корм птице побочные продукты производства тетрациклина. Результаты были настолько впечатляющими (снижение смертности, устойчивость к заболеваниям, увеличение среднесуточных приростов), что с тех пор стала расширяться практика добавки в корма определенных количеств антибиотиков и полученных химическим путем гормонов роста для его ускорения и улучшения продуктивных параметров во всех отраслях животноводства. Например, в птицеводстве, стандартные коммерческие несушки производят до 330 яиц в год, при затратах 2,0 кг корма на 1 кг яичной продукции. Современный бройлер достигает массы 2,5 кг за 39 дней, затрачивая 1,6 кг корма на 1 кг прироста. Укрупнение помещений для содержания птицы, внедрение автоматического оснащения и высокий уровень продуктивности способствовали увеличению производительности труда до 0,20 чел.-час./ц продукции [3, с. 23].

Внедрение практически безотходных технологий глубокой переработки птицы, которые привели к появлению многих новых птицепродуктов, готовых к употреблению или быстрому приготовлению, а также изменения в секторе розничной торговли, также оказали влияние на развитие бройлерной индустрии. Представители СМИ стали использовать рекламу о бройлерах в качестве ценовых лидеров, что укрепило представление потребителей о птице как о выгодной покупке. Среди преимуществ можно выделить низкую цену на продукцию, диетическое мясо, простота и быстрота приготовления блюд из разделанной на части тушки и многое другое, что сыграло свою роль в колоссальном увеличении потребления птицы и расширении рынка бройлеров без больших затрат со стороны производителей.

Поддержка со стороны государства в сфере инновационного развития фермерских хозяйств США имеет некоторые особенности. Внедренческие партнерства, создаваемые организациями государственного сектора и частного бизнеса, полностью освобождаются от налогов на инвестируемые средства. Фермерские хозяйства имеют право до 25% налогооблагаемой прибыли инвестировать в приоритетные направления производственного развития (например, в почво- и водоохранные мероприятия, культуротехнические работы, модернизацию производственных построек) без уплаты налога на вложенный капитал. Все это приводит не только к сокращению затрат на расширенное воспроизводство, но и за счет прироста основного капитала, происходит увеличение размера возможного ипотечного кредита [1, с. 22].

Кроме того, для поддержания фермерских хозяйств, существует система страхования рисков. Фермеры, а также владельцы животноводческих ферм не знают, какой будет стоимость посаженных ими культур, какова будет цена на их продукцию, в связи с неблагоприятными природноклиматическими условиями и болезнями скота, и какой будет погода в следующем сезоне. Кроме того, в случае резкого падения цен, любой фермер может сдать свою сельхозпродукцию на хранение государству, а когда ситуация на рынке улучшится, фермер может забрать свой продукт на реализацию выплатив при этом из выручки денежные средства от государства. Поэтому, страхование рисков позволяет фермерам быть уверенными в том, что в случае наступления угроз природного характера или нестабильной ситуации на рынке, вложенные ими средства не потеряют своей значимости и будут застрахованы. Таким образом, государство поддерживает собственных производителей, сохраняя при этом и уровень развития экономики в целом, и оставляя фермеров в выигрыше.

В стране, для стимулирования научных исследований в области агропромышленного комплекса, применяется предоставление со стороны правительства долгосрочных кредитов для перспективных направлений отрасли. В официальных правительственных документах США, капиталовложения в научно-техническую сферу даже именуется «инвестициями в будущее», а инновационная деятельность в АПК рассматривается как один из наиболее эффективных способов осуществления стратегических национальных целей. Затраты государства на развитие агропромышленного комплекса выглядят следующим образом: 24% средств страны направляются на исследования в области растениеводства, 12% – на животноводство, 4,5% – затраты, связанные с исследованиями в области продовольствия, 12,5% – направлены на совершенствование эффективности применения удобрений. Фундаментальные достижения в области открытий сельскохозяйственной науки официально признаны в качестве основы экономического роста, поскольку согласно имеющимся данным, в США на каждый доллар, вложенный в НИОКР, приходится 9 долл. роста ВВП [3, с. 15].

Поддержка аграрного рынка в США осуществляется преимущественно в рамках федеральных и провинциальных программ, 50% которых финансируется за счет средств бюджета провинций. Государственные целевые программы используются в качестве ключевых инструментов управления инновациями. Среди них можно выделить следующие: «Сельскохозяйственную инновационную программу», нацеленную на продвижение существующей и развитие новой инновационной продукции с добавленной стоимостью. «Сельскохозяйственная программа инновационных биопродуктов» позволяет развивать исследования, внедрять новые технологии, такие как биотопливо, биогаз, биохимия, молекулярные биотехнологии, биопестициды и т.д. В качестве примера можно привести процедуру переработки жидкого навоза в процессе разделения его на фракции. Данная технология влечет за собой производство биогаза и получение электроэнергии, путем установления газогенераторных приборов. Кроме того, известен опыт США по созданию агрикультур, устойчивых против воздействия насекомых – вредителей, гербицидов и вирусов. Американские фермеры, еще с начала прошлого века начали эффективно использовать биопестициды, смертельные для определенных насекомых, особенно для кукурузного мотылька, ежегодно наносящего урон урожаю страны. Применение аэрозолей, содержащих специальные бактерии *Bt*, позволили снизить потери и уничтожить вредителей, не прибегая к химическим средствам и не нанося урон агрикультурам. Программа направлена на мобилизацию частных и общественных исследовательских секторов для построения интегрированной исследовательской системы сельскохозяйственной биопродукции. «Программа сельскохозяйственных возможностей» и «Программа развития взаимодействий», направлены на ускорение внедрения научных разработок на рынки Соединенных Штатов Америки. Реализуя эти программы, государство решает проблему поддержки взаимодействия между аграрным сектором и промышленностью. Интенсивное участие страны и эффективное использование данных целевых инновационных программ позволит шире и качественнее использовать мировые достижения, привлекать инвестиции, увеличивать производство и улучшать качество продовольствия и сырья в соответствии с возрастающими потребностями общества, а также укрепит продовольственную безопасность США [4, с. 96].

США – страна, в которой существует исключительно весомая и законодательно закреплённая экономическая и политическая поддержка аграрных инноваций со стороны государства. Государственное регулирование инновационной деятельности в сфере агропромышленного комплекса осуществляют такие органы как: Американский научный фонд, Национальный центр промышленных исследований, Национальная академия наук, Министерство сельского хозяйства США, которое является одним из крупнейших учреждений государства, способное собирать, накапливать и обрабатывать огромный поток информации для предоставления ее фермерам, и многие другие органы. Они осуществляют мониторинг и прогнозирование инновационных аграрных процессов в стране и за рубежом. Активная роль государства в поддержке аграрного комплекса страны стала одним из ключевых фак-

торов в обеспечении высокой производительности США. Источниками финансирования служат: около 50% – частные фирмы и организации, 46% – федеральное правительство, остальное – университеты, колледжи, неправительственные организации [2, с. 25].

В настоящее время в Соединенных Штатах Америки в области сельского хозяйства работают обеспечивающие эффективное инновационное развитие отрасли несколько научных парков и созданных на их базе и на базе университетов инновационных центров. Наиболее известные – это RTP and NC Biotech Center, UC Davis Center for Science and Innovation, Univ, Wisconsin Biotech Center, KC Bio Science Authority-Animal Health Corridor, St.Louis Danforth Center и многие другие. В области переработки сельскохозяйственной продукции широко известны Food Innovation Center, Food Processing при университете Небраска, а также ряд других. Вместе с данными центрами взаимодействуют и развиваются инновационные системы, в рамках которых осуществляется эффективное инновационное развитие сельского хозяйства того или иного штата и страны в целом. Ярким примером является служба сельскохозяйственного консультирования США (служба «экстеншен»), деятельность которой направлена на улучшение сельскохозяйственного производства через предоставление систематического практического обучения и технологий. «Экстеншен» является посредником между сельскохозяйственными товаропроизводителями, нуждающимися в получении необходимой инновационной информации и учеными, академиками, специалистами университетов, создающими эту информацию. Следует отметить, что по данным американских исследователей, за последние десятилетия прирост в экономике США увеличился на 50% благодаря средствам, вложенным государством в развитие тех отраслей, которые связаны непосредственно с сельским хозяйством.

Развитие инновационной деятельности в сфере АПК, как и в любой другой сфере, прежде всего, связано с проведением научных исследований и разработок, поиска новых технологий, которые требуют вложения значительных финансовых средств. Анализ внутренних затрат США на исследования и разработки за 2015 г. в области агропромышленного комплекса, в сравнении с другими странами представлен в таблице 1 [4, с.101].

Таблица 1

**Внутренние затраты на исследования и разработки в области АПК**

Страна	Всего, млн долл	В% к ВВП
США	450000	2,80
Китай	368,700	2,05
Германия	108,600	2,84
Франция	87,000	2,17
Япония	168,900	3,58

Данные таблицы свидетельствуют о том, что внутренние затраты государства на исследования и разработки в агропромышленном секторе в разы превосходят затраты ряда других стран.

В целом же, в последние годы финансирование сельскохозяйственной науки в США составляет около 12 млрд долларов государства, при этом порядка одной трети – около 4 млрд долларов – это финансы из госбюджета и 8 млрд долларов – частные фонды. Чрезвычайно важно отметить, что в большинстве случаев частные научные исследования в сфере сельского хозяйства проводятся совместно с государственными учреждениями в инновационных центрах или научных парках. Для увеличения создания частных финансовых фондов Сенат США в 2012 году принял Билль о создании Фонда продовольственных и сельскохозяйственных исследований (IFFAR). Этим законом утверждается новая модель инновационного научного сотрудничества в области сельского хозяйства между частными и государственными учреждениями, среди которых: научные агентства, университеты, академии, колледжи, частные корпорации и некоммерческие организации. Финансирование научных исследований осуществляется по новой модели – в рамках инновационной системы.

В США проводится бесплатная выдача лицензий на изобретения, применяемые в сельском хозяйстве, запатентованные в ходе бюджетных исследований и являющиеся собственностью федерального правительства, а также действуют программы защиты внутреннего рынка, в том числе включающие меры патентной защиты. Для американской государственной инновационной политики является важным достижение высокого уровня реализации инновационных проектов [5, с. 158].

Проанализировав опыт инновационного развития агропромышленного комплекса США важно отметить, что по всем параметрам сегодня сельское хозяйство Соединенных Штатов занимает лидирующие позиции и представляет собой крупный бизнес, доказательством чему служат приведенные в статье данные. Именно в США появился специальный термин – «агробизнес», – отражающий гигантский вес сельскохозяйственного производства в американской экономике. Активная роль государства и поддержка сельскохозяйственных фермеров, стали основными факторами в обеспечении высокой

производительности и достижения первенства США на мировом рынке сельскохозяйственной продукции и продуктов питания.

#### Литература

1. Бритикова Е.А. Тенденции развития и поддержки малого бизнеса в условиях кризиса // Современные тенденции развития экономики и управления: проблемы и решения: Материалы международной научно-практической конференции. 2016. С. 21–25.
2. Бритикова Е.А., Куршубадзе Р.З. Использование маркетинга территорий для повышения конкурентоспособности экономики муниципального образования // Сборник статей третьей международной школы молодых ученых в области экономики и права на юге России. – 2016. – С. 21–23.
3. Жукенов Б.И. Зарубежный опыт инновационного развития агропромышленного комплекса [Электронный ресурс] // Управление экономическими системами. № 4. – 2014. – С. 15–23. – URL: [www.uecs.ru](http://www.uecs.ru)
4. Калятин В.О., Наумов В.Б., Никифорова Т.С. Опыт Европы, США и Индии в сфере государственной поддержки инноваций // Российский юридический журнал. – № 1(76). – 2015. – С. 96–114.
5. Никитина Я.И. Современные тенденции формирования стратегии инновационного развития экономических систем // Вестник ТГУ. – 2013. – № 367. – С. 158–170.

УДК 35.076.2

**С.А. Кийкова, студент**

*Научный руководитель: В.Г. Кудряков, канд. экон. наук, профессор  
г. Краснодар, Кубанский государственный аграрный университет им. И.Т. Трубилина*

### **СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ АДМИНИСТРАЦИИ ПРИКУБАНСКОГО ВНУТРИГОРОДСКОГО ОКРУГА ПО РАБОТЕ С ОБРАЩЕНИЯМИ ГРАЖДАН**

Право на обращение в государственные органы и органы местного самоуправления представляет собой не только средство осуществления и охраны прав и свобод граждан, но и своеобразное средство общественного контроля над деятельностью государственного и муниципального аппарата, а также способ оптимизации его деятельности.

В Прикубанском округе накоплен опыт работы с обращениями граждан, позволяющий создавать условия для дальнейшего социально-экономического развития внутригородского округа. Федеральный закон «О порядке рассмотрения обращений граждан Российской Федерации» от 02.05.2006 № 59-ФЗ, Закон Краснодарского края № 2000 – КЗ «Об обеспечении доступа к информации о деятельности государственных органов Краснодарского края», от 16.07.2010 г., Закон Краснодарского края «О дополнительных гарантиях реализации права граждан на обращения в Краснодарском крае» № 1270 – КЗ от 28.06.2007 г., а также нормативными правовыми актами Прикубанского округа в сфере работы с обращениями граждан (такие как «Инструкция по делопроизводству в администрации муниципального образования город Краснодар» от 11.07.2008 г., № 177–р, принятая главой муниципального образования город Краснодар), регламентированы порядок работы с электронными обращениями граждан, порядок рассмотрения повторных обращений граждан, порядок организации и проведения личных приемов граждан. Однако в связи с постоянно изменяющейся системой действующего законодательства Российской Федерации совершенствование системы законодательства, а также документооборота, связанного с обращениями граждан в округе, является актуальным в настоящее время [2].

Статистика убедительно показала, что работа с обращениями граждан в администрации Прикубанского внутригородского округа нуждается в определенном совершенствовании, а также преодолении сложившегося отношения к просьбам населения и должна стать гарантом реализации гражданами их права на подачу обращений, четко регламентировать деятельность с обращениями граждан. Об этом свидетельствует стабильное увеличение количества обращений в период с 2013–2015 годы.

В 2013 году в администрацию округа поступило 2867 обращений, в 2014 году количество обращений увеличилось на 1343 и составило 4210, а к 2015 году цифра увеличилась на 1260 по сравнению с предыдущим годом, и составила 5470 обращений [2].

В администрации Прикубанского внутригородского округа создана единая Интернет-приемная, являющаяся универсальным средством взаимодействия граждан с руководством администрации. Интернет-приемная администрации округа является составной частью системы «Электронное прави-

тельство муниципального образования город Краснодар» и позволяет упростить процесс обращения гражданина в структуры органов местного самоуправления, расширяет географию обращений и сокращает время решения вопроса.

Интернет-приемная администрации Прикубанского округа официально признается дополнительным средством для обеспечения возможности обращений граждан к органам исполнительной власти города Краснодара, поэтому обращения, направленные в электронном виде через Интернет-приемную, обрабатываются наравне с традиционными письменными обращениями [3].

Данные о результатах рассмотрения показывают низкий показатель удовлетворенных обращений. Всего в 2013 году удовлетворено 35% поступивших в администрацию обращений (947), в 2014 году удовлетворено 48% (977) обращений, а в 2015 году данный показатель резко снизился до 17% (810). Основная часть обращений граждан была рассмотрена с разъяснением 45%, 37% и 72% в соотношении к 2013–2015 годам [2].

Неэффективность работы с обращениями граждан возможно исправить расширением практики использования конструктивных предложений, критических замечаний и жалоб граждан при внесении изменений в законодательство округа. В администрации Прикубанского округа следует всесторонне изучать поднятые в обращениях проблемы и реализовывать меры по их разрешению, в том числе путем внесения дополнений и изменений в законы округа и иные нормативные правовые акты, что должно способствовать увеличению количества положительно разрешенных в обращениях вопросов. При этом мониторинг обращений будет свидетельствовать о позитивном влиянии принимаемых мер на характер поступающих обращений.

О совершенствовании работы с обращениями граждан написано достаточное количество исследовательских работ, в которых рассматриваются формы защиты прав граждан, виды обращений граждан в государственные органы власти и органы местного самоуправления, совершенствование работы с обращениями граждан, но не достаточно изучен вопрос о совершенствовании процедур работы с обращениями граждан [1].

Созданию эффективных механизмов реализации права граждан на обращение в государственные органы и органы местного самоуправления будет способствовать внедрение общей схемы информационного обмена данными по работе с обращениями граждан между государственными органами и органами местного самоуправления на основе оптимизированной схемы документационного обмена. Разработка типовых требований к программно-техническим комплексам электронных систем обеспечения работы с обращениями граждан, создание централизованных баз данных формализованных обращений, совершенствование методического обеспечения деятельности государственных органов, органов местного самоуправления обеспечит сокращение сроков обработки документов и разрешения обращений граждан.

В администрации округа принимаются как письменные, устные обращения, так и личный прием граждан. Личный прием проводится по графику, утвержденному главой администрации округа на текущий квартал года. Глава и его заместители проводят прием два раза в месяц, согласно графику (первый, третий понедельник и т.д.). Длительности приема зависит от тематики вопроса граждан.

Личный прием граждан по сравнению с письменными обращениями имеет и положительные, и отрицательные стороны. К положительным аспектам устных обращений, формой реализации которых и является личный прием граждан, можно отнести то, что граждане во время личного приема имеют возможность наиболее быстро получить ответы на интересующие их вопросы и уточнить содержание вопросов, а если нужно, предъявить необходимые документы и материалы, подтверждающие правомерность сообщенных сведений.

К недостаткам личного приема в администрации Прикубанского внутригородского округа можно отнести то, что вследствие физического состояния многие граждане лишены такой возможности, а также то, что личный прием проводится в рабочие для большинства граждан дни недели и в течение ограниченного времени.

В соответствии с вышеизложенным, следует внести определенную корректировку, связанную с деятельностью главы округа и его заместителей. Предлагается увеличить количество проведения личных приемов граждан до трех раз в месяц. Нередки случаи, когда граждане, по определенным причинам, не могут присутствовать на приеме главы и его заместителей, в связи с чем, сроки проведения данного мероприятия отодвигаются на длительное количество времени: две недели, либо следующий месяц. Данное изменение будет способствовать более быстрому разрешению проблем населения, а также уменьшению количества отсрочек проведения личного приема и более быстрой процедуре его проведения. Также, предлагается внедрить систему видеосвязи проведения личных прие-

мов один раз в месяц, для решения проблем граждан, которые не могут лично присутствовать на приеме по причине физического состояния здоровья, а также иных причин.

Для упрощения работы сотрудников приемной по работе с обращениями граждан, предлагается установить в вестибюле администрации терминал «Пункт информации», который будет содержать в себе всю необходимую информацию, относящуюся к процедуре подачи обращения, а также возможность записаться на личный прием. Жители округа, пришедшие подать обращение, смогут доступно получить необходимую информацию. Определенная часть жителей, пришедших подать письменное обращение, смогут устно в данном пункте получить необходимую информацию по наиболее часто встречающимся и несложным вопросам. Таким образом, внедрение «Пункта информации» будет способствовать уменьшению количества поступающих письменных обращений, что положительно отразится на эффективности деятельности администрации. На установление данного терминала, необходимо выделить средства из бюджета муниципального образования город Краснодар.

Следует признать, что граждане зачастую обращаются в вышестоящие инстанции, потому что не верят или не знают о возможности решения проблем на местном уровне, тем самым сохраняется правовая неопределенность. Необходимо, чтобы граждане знали, куда они могут обращаться и быть уверенными в том, что они смогут получить точную, достоверную информацию. Для этого необходимо подвергать огласке итоги работы приемной по обращениям граждан, статистические данные, информацию о выездных встречах главы и жителей округа, их эффективности и положительных результатах в СМИ, сети Интернет, на официальном портале администрации города Краснодар, в разделе Прикубанский округ, а также размещать более подробно всю информацию, касающуюся процедуры подачи, сроков, результатов обращений. Появление постоянных информационных материалов в местных СМИ о работе администрации и регулярных выступлений главы администрации округа на сайте города позволят оперативно донести до населения важную информацию. Тем самым понизится социальная напряженность в округе и повысится доверие к власти со стороны населения.

Одним из предложений совершенствования работы с обращениями граждан, является сокращение сроков ответа на обращение в тех случаях, когда по нему не требуется специальных проверок. Предлагается, внедрить на официальный сайт администрации города Краснодар в разделе Прикубанский округ пункт «Наш город», куда граждане смогут написать жалобу и обращение, которое будет рассматриваться не в течение 30 суток, а 8 суток.

В целях снижения административных барьеров, а также активизации работы с обращениями и жалобами граждан, в холле администрации Прикубанского внутригородского округа будет организована работа почтового «Ящика доверия». Здесь любой гражданин может оставить своё сообщение на любую тему, касающуюся компетенции деятельности администрации или любой интересующий его вопрос в пределах этой компетенции.

Особо необходимо отметить, что несомненным преимуществом такого Ящика является возможность подачи анонимного обращения, т.е. без указания контактной информации и личности обращающегося. Это особенно актуально при обращениях граждан, связанных с вопросами коррупции, вымогательства, а так же превышения должностными лицами своих полномочий. Следует отметить, что «почтовые ящики-доверия» сокращают путь от обращений граждан до принятия решений по их проблемам. При этом необходимо, чтобы ни одно из поступивших обращений не оставалось незамеченным и в максимально сжатые сроки по ним принимались справедливые решения.

Таким образом, необходимо разрабатывать мероприятия по совершенствованию работы с обращениями граждан, с целью максимальной реализации того огромного потенциала, который заложен в институте обращений граждан.

#### Литература

1. Беляев А.В. Гражданин и государство: актуальные вопросы правового и организационно-методологического обеспечения работы с обращениями граждан в государственных органах (часть 3) // Представительная власть – 21 век: законодательство, комментарии, проблемы. – № 6. – 2014. – С. 19–22.
2. Кийкова С.А., Кудряков В.Г. Эффективность работы администрации Прикубанского внутригородского округа по работе с обращениями граждан // Сборник материалов VМеждународной научно-практической конференции «Экономика и управление: актуальные вопросы теории и практики». – 2016. – С. 149–153.
3. Статистические данные о работе с обращениями граждан в отраслевых, функциональных и территориальных органах муниципального образования город Краснодар по итогам 2013 – 2015 года [Электронный ресурс]. URL: <https://www.krd.ru>



## **ПРОБЛЕМЫ МОТИВАЦИИ В СФЕРЕ СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА**

Значимость и актуальность проблематики по повышению эффективности управления персоналом при помощи применения элементов из различных теорий мотивации определяется масштабными изменениями общества в целом и так же экономической системы. Исследования направлений и методов использования механизма мотивации труда в сфере сельского хозяйства при постоянно изменяющейся рыночной среде представляет собой одну из наиболее сложных задач экономической науки на сегодняшний день. Объяснить это можно тем, что в переходный период прежнюю структуру производства нельзя быстро перестроить на основе механизмов рынка.

Несмотря на всю сложность проводимого исследования, проблематика применения теоретических аспектов мотивации в сфере сельского хозяйства для увеличения эффективности по управлению персоналом из-за неопределенностей в развитии новых форм и условий хозяйствования, ее рассмотрение нельзя откладывать на более поздние сроки, когда рыночные структуры окончательно сложатся. Уже на данный момент необходимо проанализировать и выявить основу мотивационных отношений, которые в первую очередь направлены на определение роста эффективности управления персоналом в обновленных условиях хозяйствования [4, с. 292].

Главной особенностью при управлении персоналом посредством перехода к рынку является возрастание роли личности каждого работника. На данный момент ситуация сложившаяся в нашей стране параллельно несёт в себе большие угрозы и большие возможности для каждой личности в проекции устойчивости её существования. Можно сказать, что сейчас существует высокий риск неопределенности у каждого человека. Поэтому, первостепенной является разработка новых подходов к управлению персоналом. Проанализировав ситуацию в данной сфере, ученые выделили основу данных подходов, которая заключается в следующем:

- разработка философии управления персоналом.
- поиск усовершенствованных служб управления персоналом.
- использование совершенно новых технологий в управлении.
- формирование социальных норм, совместных ценностей, установки поведения, регулирующих поведение какой-либо отдельной личности (работника).

Структура современных теоретических аспектов по мотивации состоит из представления, которое сформулировано психологической наукой, исследующей механизмы и причины направленного на цель поведения человека. С данных позиций мотивация, можно сказать, является движущей силой поведения человека, основа которого состоит из взаимосвязи целей, мотивов и потребностей человека. Можно представить характеристику процесса мотивации, если использовать для его объяснения взаимосвязанные понятия: мотивы, потребности, цели из психологической теории деятельности, которая была разработана известными советскими психологами Рубинштейном С.Л. и Леонтьевым А.Н. [1, с. 115].

Мотивация как одна из основных функций управления воплощается через различные стимулы, т.е. вся деятельность подчиненного должны иметь отрицательные или положительные последствия при достижении его целей или удовлетворения его потребностей. Руководитель должен постоянно изучать рабочий коллектив это позволит ему построить структуру мотивирования сотрудников, при помощи которой осуществляется воспитание персонала в нужном русле.

Одной из сложнейших практических проблем менеджмента в наше время является построение продуктивности системы стимулирования персонала в сфере сельского хозяйства.

Для создания эффективной системы мотивации в сфере сельского хозяйства требуется изучение теоретических основ мотивации и применяемых в наше время систем мотивирования (стимулирования).

В нашем обществе стимулирование основывается на механизмах и знаниях психологии. Первоначально ориентироваться на психологические показатели человеческой деятельности начали содержательные теории мотивации, появившиеся после теорий «кнута и пряника». С того времени мотивационные теории стремятся учесть множество различных мотивов и потребностей функционирования людей, постоянно пытаясь выявить преимущественные и новые потребности, побуждения и мотивы [3, с. 78].

Серьёзной проблемой на селе остаётся низкая заработная плата и рост безработицы, что вынуждает сельских жителей использовать в качестве источника дополнительного дохода личные подсобные хозяйства, которые часто становятся единственной сферой приложения труда сельских жителей.

Сезонная безработица в сельском хозяйстве объясняется тем, что максимальный спрос на трудовые ресурсы здесь приходится на наиболее напряжённые периоды сельскохозяйственного производства – весенний сев, заготовка кормов, уборка урожая. А в зимний период временных работ практически нет и ситуация на рынке труда становится напряжённой.

Очень важное значение имеет уровень культурного обеспечения сельских жителей и прежде всего сельской молодёжи, воспитания у неё правильного морального образа жизни. Но при этом наблюдается снижение обеспечения детей и дошкольными и школьными учреждениями. В связи с этим дети дошкольного возраста не могут получить необходимой подготовки к школе. В свою очередь, количество сельских школ сокращается в связи с их закрытием из-за малой комплектности.

Можно выделить основные виды использования и совершенствования социально-психологических методов по мотивированию сотрудников:

- подкрепление благополучного психологического климата в коллективе компании;
- формирование системы управления конфликтными ситуациями;
- совершенствование организационной культуры [2, с. 98].

Управленцам в сфере сельского хозяйства для развития системы управления конфликтными ситуациями нужно отталкиваться от устранения именно деструктивных конфликтов. Они снижают личную удовлетворенность членов всего трудового коллектива, снижению сотрудничества в группе. Руководителю нужно уметь предупреждать возможность возникновения деструктивных конфликтов, посредством контроля конструктивных конфликтов. При возникновении деструктивного конфликта чтобы выйти из него нужно разрешить конфликт по существу (выявить основные причины и при возможности устранить их, путем достижения нужного компромисса).

Первичные методы развития и поддержания культуры организации, которые могут использоваться в сфере сельского хозяйства:

- поведение руководителя, то есть руководитель должен быть моделью, примером поведения и отношения к работе, которое должно складываться у подчиненных;
- декларации, призывы, заявления руководства (для установления нужных образцов поведения и трудовых ценностей огромное значение имеет обращение как к разуму, так и к эмоциям сотрудников);
- реакция руководителей на поведение сотрудников в критических ситуациях (создаваемое в компании отношение к работникам, к их ошибкам, которые проявляются особенно ярко в критических ситуациях);
- обучение персонала (повышение квалификации и обучение работников нужно для предоставления необходимых знаний и развития у сотрудников профессиональных навыков) [5, с. 221].

В предложенной для сельского хозяйства усовершенствованной системе мотивирования сотрудников важными факторами стимулирования выступают системы различных материальных стимулов и программы управления развитием карьеры. Существуют так же методы социально-психологического мотивирования, которые носят вспомогательный характер, но не менее важны при стимулировании персонала компании.

Таким образом, все вышеизложенные проблемы социальной сферы села позволяют сделать вывод о том, что всё это не способствует мотивации сельских жителей к сельскохозяйственному труду. А также это свидетельствует о необходимости социальной системы компенсаций, которая должна включать такие мотивы труда, как возможность получения жилья, возможность пользования учреждениями здравоохранения, образования и культуры, возможность обеспечить будущее своих детей.

#### Литература

1. Адизес И. Стили менеджмента – эффективные и неэффективные. – М.: «Альпина Бизнес Букс», 2016. – 230 с.
2. Белкина Н., Белкин В. Мотивы и стимулы труда. – М.: Социальная защита, 2012. – 212 с.
3. Бовыкин В.И. Новый менеджмент: управление предприятием на уровне высших стандартов; теория и практика эффективного управления. – М.: Экономика, 2015. – 150 с.
4. Ильин Е.П. Мотивация и мотивы. – СПб.: Питер, 2016. – 326 с.
5. Каверин С.Б. Мотивация труда. – М.: Ин-т психологии РАН, 2016. – 289 с.

## **ЦЕНА НА БЕНЗИН И ФАКТОРЫ ЕЕ ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ**

В настоящее время по всему миру наблюдается нестабильность в экономике и политике, что напрямую влияет на ценообразование в сфере товаров и услуг, в том числе и топлива. Стоимость горючего в мире зависит от множества факторов, которые сложно поддаются прогнозированию, поэтому угадать будущие цены практически невозможно.

Причинами, влияющими на стоимость бензина, являются:

1. Наличие собственных источников месторождений нефти. Если государство располагает месторождениями «чёрного золота» и ведёт его добычу, то ему не нужно переплачивать за импортное сырьё. Страны же, в которых источников нет, вынуждены приобретать нефть с наценкой, в которую входит не только плата за доставку. Так, Япония и Венесуэла прибегают к услугам импорта, ведь на их территории нет нефти.

2. Наличие собственных предприятий по переработки нефтяной продукции. Разумеется, недостаточно просто добывать сырьё – его нужно обрабатывать, превращая в бензин и прочие нефтепродукты. Как правило, государства, в которых есть такие заводы, устанавливают цены на топливо ощутимо ниже, чем импортёры. Разница стоимости горючего может быть колоссальной, так как зачастую он неоправданно дороже сырья. Такие заводы есть в Венесуэле, Иране, Казахстане, где бензин стоит до 60 центов. РФ тоже имеет собственные предприятия, однако этот продукт здесь дороже 90 центов.

3. Конкурентная политика. Наличие большого числа заводов, занимающихся добычей и переработкой нефти, приводит к доступности продукта. В то же время, чем меньше конкурентов, тем выше стоимость горючего – производители становятся монополистами и могут влиять на рынок и устанавливать желаемые цены. Но этот принцип действует не во всех странах – в России и Канаде, например, рынок топлива имеет множество участников, но цены остаются сравнительно высокими. Поэтому можно сделать предположение, что в некоторых государствах стоимость топлива искусственно занижена.

4. Государственное устройство. Очередной принцип формирования цены бензина заключается в том, что в государствах с более строгим режимом правления она искусственно занижена. Бензин более доступен в авторитарных государствах, таких как Венесуэла, Ливия, Иран, Туркменистан. Они занимаются импортом нефтяной продукции, а все прибыли и экономика в целом в руках органов управления государством. Во многих авторитарных странах права человека существенно нарушаются, но для того, чтобы не вызывать негодования граждан, рынок топлива имеет низкие ценники. Этот принцип сформирован исторически.

5. Внутригосударственная политическая обстановка. Аналитики связывают дороговизну топлива с уровнем достатка граждан. Примером может выступать Норвегия, где дороговизна этого продукта установлена в связи с высоким уровнем жизни. Эта зависимость опять же не подходит для России, поскольку Узбекистан, РФ и США имеют почти одинаковую доступность топлива, а достаток граждан совсем разный.

6. Уровень применяемой технологии. Исходя из официальных заявлений средств массовой информации, в настоящее время множество нефтеперерабатывающих заводов нуждаются в полной или частичной модернизации. Кроме того, в связи с увеличением количества автопарков, имеющих мощностей зачастую не хватает. К сожалению, переоснащение заводов доступно только крупным нефтяным компаниям. Поэтому цены на бензин в нефтедобывающих странах, как правило, значительно ниже.

7. Политика нефтяной компании. Цены на бензин в странах мира определяются теми или иными компаниями по добыче и переработке нефти в условиях конкуренции. Здесь учитывается наличие собственных заводов, бензоколонок, статус в международных экономических отношениях и другие нюансы.

8. Расположение автозаправочной станции. Цена на бензин в странах Европы нередко зависит от уровня плотности населения региона и стоимости аренды земли. При этом рентабельность бензоколонок определяется в том числе и конкурентоспособностью по части оптовой торговли топливом и платежеспособностью клиентуры.

9. Сезон. В теплое время года потребность в бензине значительно возрастает, что связано с большей необходимостью передвижения, к примеру, для выполнения сельскохозяйственных или ремонтных работ, курортных или загородных поездок. Соответственно цены на бензин ползут вверх, хотя в этом случае много зависит опять от внутренней политики государств, особенно нефтедобывающих.

10. Политика государства. Разница цен на бензин в странах-экспортерах нефти, определяется экономической линией конкретного государства относительно внутреннего рынка. Здесь учитывается увеличение или снижение экспорта, сокращение внутренних поставок. Огромное значение имеет его система налогообложения и принадлежность к международным торгово-экономическим организациям, включая внешние договоры. К примеру, цены на бензин в странах СНГ ниже, чем в Европе преимущественно по причине отсутствия у последних нефтедобычи. Кроме того, в настоящее время налоги в США на розничную стоимость бензина составляют чуть более 40%, в России – 50%, а в большинстве европейских государств – 70%.

11. Тип топлива. Различные продукты нефтеперерабатывающей отрасли отличаются по затратам на производство. Естественно, цены на разный бензин, как в нефтедобывающих странах, так и в других регионах будут отличаться.

По официальным данным на 27 марта 2017 года средняя цена бензина по всему миру составляет 58,84 рубля за литр. Существует существенная разница в этих ценах между разными странами. Как правило, богатые страны имеют более высокие цены, а бедные страны и страны, которые производят и экспортируют нефть значительно более низкие цены. Единственным исключением является США, экономически развитой страной с низкими ценами бензина.

Рейтинг стран с самой низкой ценой на бензин АИ-95 в мире представлен в таблице 1. Бесспорным лидером рейтинга уже долгое время является Венесуэла. Несмотря на то, что заявленная официальная стоимость бензина в Венесуэле эквивалентна 40 рублям, государственные субсидии позволяют гражданам государства покупать топливо почти даром – за 57 копеек. Однако, несмотря на низкую стоимость горючего, многие жители всё равно не могут его себе позволить, так как уровень развития страны достаточно низкий. Венесуэла в настоящее время является самым нефтезависимым государством в мире, а ее экономика наиболее подвержена изменениям мировых цен на «черное золото». Лидер 2015 года по добычи нефти – Саудовская Аравия заняла второе место в рейтинге самого дешевого бензина.

Таблица 1

**Топ пяти стран с самой низкой ценой на бензин**

№ п/п	Страна	Цена за литр бензина АИ-95, в рублях
1	Венесуэла	0,57
2	Саудовская Аравия	13,71
3	Туркменистан	16,00
4	Алжир	18,28
5	Кувейт	19,42

Топ пяти стран с наиболее высокими ценами на бензин представлен в таблице 2. Для водителей, которые имеют опыт поездок по Европе, высокие цены на горючее не окажутся чем-то удивительным. В среднем стоимость топлива в европейских странах выше, чем мировая медиана – показатели стремятся к самым высоким. Единственным исключением является Гонконг, где стоимость бензина является самой высокой в мире.

Таблица 2

**Топ пяти стран с самой высокой ценой на бензин**

№ п/п	Страна	Цена за литр бензина АИ-95, в рублях
1	Гонконг	109,12
2	Норвегия	105,12
3	Исландия	102,26
4	Израиль	98,83
5	Монако	97,12

Как видим, в топ дороговизны топлива попала европейская нефтеперерабатывающая страна – Норвегия. Такой, на первый взгляд, нонсенс объясняется государственными налогами, превышающими 50% с одного литра бензина.

Самые нефтедобывающие страны Россия и США занимают в рейтинге цен на бензин (по возрастанию) 28 и 29 место соответственно (из 171 мест), при этом цена на бензин в обеих странах равна 38,85 рублей за литр.

Однако, в отличие от Америки, такая цена для России является слишком высокой. Россия обладает множеством источников сырья, а также многочисленными заводами по переработке нефти. При этом рынок, казалось бы, представлен множественными нефтяными компаниями, что не позволяет одной из них стать монополистом и диктовать цены за бензин, дизель и прочее горючее. Несмотря на это, почти ни один из принципов ценообразования в России не действует. С 2016 года в РФ увеличен акцизный сбор, тогда как уровень жизни упал ниже показателя 1998 года – самого тяжёлого за последние десятилетия. Это же касается и стоимости нефти, которая значительно упала в течение нынешнего кризиса. Из этого следует вывод, что цены на бензин в России искусственно занижены, причём значительно. Для сравнения стоит привести США, нефтепроизводство которых на 80% завязано на импорте, но стоимость литра АИ-95 равна нашей стоимости за литр.

Эксперты объясняют такое положение вещей несколькими способами. Во-первых, это монополизация бизнеса – на самом деле сильных участников нефтяного рынка в России мало. Это позволяет им в значительной степени влиять на стоимость горючего, даже если сырьё, добываемое в нашей же стране, обходится дешевле. Во-вторых, производство и продажа топлива имеет множество расходов, и если их не покрывать, то бизнес будет убыточным. В России действуют высокие акцизы, в особенности на высокооктановые виды бензина – АИ-95 и 98. Так, налог на них превышает 17000 рублей за тонну смеси. Производители должны оплачивать все стадии создания горючего, его хранение и транспортировку, куда также входят ремонтные работы хранилищ и автомобилей. Кроме того, значительный процент наценки происходит уже на заправочных станциях, а также из-за суммы налогов на покупку, которые в России составляют почти 50% от цены. Таким образом, даже если и без того маленькая себестоимость нефтяного сырья станет нулевой, цена литра горючего всё равно сохранится на существующем уровне и будет расти. Инициативы государства, задачей которых стоит снижение стоимости топлива, имеют кратковременный результат. Что касается дальнейшего прогноза цен на горючее в России, то они продолжают расти. Это будет происходить даже в том случае, если доллар начнёт значительно дешеветь. По статистике, российские семьи тратят до 10% бюджета на топливо, тогда как европейские семьи тратят не более 2%, несмотря на высокие цены в западных странах.

Таким образом, можно сделать вывод, что динамика стоимости жидкого топлива напрямую зависит от нефтяного рынка. В 2017 году промышленники США серьезно настроены на разработку дополнительных сланцевых месторождений. Это сможет спровоцировать приток дешевого горючего, способного потеснить продукты нефтепереработки.

#### **Литература**

1. Нефтепереработка в России: курс на модернизацию // ЕУ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/EY-downstream-in-russia-course-to-modernization/\\$File/EY-downstream-in-russia-course-to-modernization.pdf](http://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/EY-downstream-in-russia-course-to-modernization/$File/EY-downstream-in-russia-course-to-modernization.pdf) (дата обращения: 24.03.2017).
2. Цены бензина по всему миру [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://ru.globalpetrolprices.com/gasoline\\_prices/](http://ru.globalpetrolprices.com/gasoline_prices/) (дата обращения: 28.03.2017).

**УДК 338.516.4**

***А.А. Киреева, студент***

*Научный руководитель: В.Ф. Рябошлык, ассистент  
г. Новосибирск, Новосибирский государственный университет экономики и управления*

### **ЭФФЕКТИВНОСТЬ РЫНКА С ДОМИНИРУЮЩЕЙ ФИРМОЙ**

Эффективность рынка – неисчерпаемая проблема современного экономического общества. В силу различных условий, влияющих на рынок, в социально-экономической реальности он не может быть абсолютно эффективным или же неэффективным. Одним из таких оснований, определяющих рыночную конъюнктуру, является форма распределения товаров и услуг. В контексте этого фактора условие существования доминирующей фирмы формирует рыночный механизм.

Воздействие доминирующей фирмы на эффективность рынка нельзя охарактеризовать однозначно. В связи с этим и возникает главная проблема нашего исследования – выяснить как именно доминирующие фирмы контролируют рыночную ситуацию.

Сущность экономики не однородна, и следствие этого есть разнохарактерность фирм по своей природе. Это означает, что вся совокупность рыночных единиц может быть разделена на две составляющие: фирмы-лидеры (доминирующие фирмы), способные оказывать непосредственное влияние на общий объем предложения отрасли и фирмы-последователи, поведение которых напрямую зависит от стратегии, выбранной активной фирмой.

Фирма, принимающая на себя инициативу в установлении производственного объема, согласно Г. Штакельбергу, называется «лидером». Он утверждает, что в той степени, в какой «лидер» обладает преимуществом в издержках над «последователем», экономика в целом также выигрывает от увеличения доли рынка «лидера»: рост производства «лидера» с низкими издержками частично замещает производство «последователей» с высокими издержками [6, с. 211].

К проблеме рыночной власти фирм-лидеров также обращался американский экономист Рональд Коуз в своей работе «Природа фирмы». Он истолковал мысль, что фирма есть нечто большее, чем просто инструмент обеспечения эффективности, – она обладает координирующим потенциалом, который иногда превышает соответствующий потенциал рынка [1, с. 34].

Доминирующая фирма, как активный субъект рынка воздействует на спрос и определяет действия своих конкурентов, тем самым формируя экономические отношения. То есть такие аспекты стратегического поведения активной фирмы, как воздействие на правительство, возведение барьеров, способны реализоваться на примере рынка несовершенной конкуренции. В некоторых отраслях единственная фирма или совокупность совместно действующих фирм удерживает доминирующее положение.

Активная фирма в силу обладания возможностью влиять на структуру рынка и поведение на нем других участников может производить вмешательство в функционирование рыночного механизма. Фирма-доминант корректирует механизм отраслевого рынка, устанавливая свои правила, тем самым проявляя собственную рыночную власть [3, с. 210].

Мы смогли выделить три основания, в силу которых фирма обладает рыночной властью:

1. чтобы стать доминирующей, фирма должна обладать преимуществом в издержках;
2. выпуск продукта более высокого качества, по сравнению с другими;
3. доминирующая фирма как результат соглашения между конкурентными фирмами.

Что касается положительного влияния фирмы на результат функционирования рынка, то ее воздействие также заключается в ценовой политике. То есть цена фирмы-доминанта обеспечивает надежную защиту для товаров второстепенных фирм, тем самым создавая эффект «ценового зонтика».

Даже если качество их товаров намного ниже, за счет репутации лидирующих фирм фирмы-конкуренты могут найти рынок сбыта для своих товаров. Эта политика реализуется на примере многих южнокорейских и гонконгских фирм, которые выпускают продукт под маркой известных западных брендов [2, с. 304].

Как показывает практика, влияние фирмы-лидера на рыночную систему во многом сопровождается положительными аспектами:

- преимущество в издержках крупной фирмы позволяет рационализировать производство. Добиваясь снижения издержек, фирма устраняет неэффективных посредников, что дает возможность использовать преимущество масштабов производства.

- привлечение дополнительных инвестиций в отрасль. Это проявляется в том, что высокая прибыльность фирмы и отрасли в целом способна привлечь на рынок новых довольно крупных игроков. Поток новых инвестиций в силах радикальным образом изменить общую ситуацию: появляются средства для переоснащения производства, внедрения новых производственных мощностей и инновационной деятельности.

- повышение благосостояния работающих в отрасли. Наличие высокой прибыли у доминирующей фирмы позволяет компании выплачивать более высокую заработную плату своим сотрудникам.

Довольствуясь этими аргументами, можно считать, что доминирующая отрасль в основном благоприятно влияет на остальную часть экономики, в том числе и на экономический рост, стабилизируя экономическую ситуацию в целом. Можно даже ошибочно полагать, что уравнивание позиции фирмы-лидера может оказаться худшим вариантом с позиции будущего рыночной системы. Почему ошибочно? Потому что существует вторая сторона медали, не менее весомая и важная.

Возможна тенденция снижения функционирования, если преимущества доминирующей фирмы исходят из монопольного регулирования ключевых ресурсов или иных условий, предотвращающих расширение производства конкурентам или вход в отрасль других фирм [6, с. 215].

Также не следует выпускать из внимания, что доминирующее положение не преследуется антимонопольным законодательством, но является именно той гранью, за которой начинается наблюдение за процессом концентрации и поведением на рынке.

Этот фактор как раз и служит причиной образования такого явления, как злоупотребление доминирующим положением, которое проявляется в следующих моментах:

- прямое или косвенное навязывание закупочных и продажных цен;
- заключение контрактов, в соответствии с которыми на другую сторону возлагаются некие обстоятельства, указанные «под звездочкой»;
- ограничение производственного развития, ущемляющее интересы потребителей;
- применение неравнозначных условий в отношении идентичных сделок, что ставит одну из сторон в невыгодное для нее положение в условиях конкуренции.

Разумеется, мы признаем невозможность привести исчерпывающий список проявлений злоупотребления, тем самым приходим к ключевому заключению данной позиции: фирма злоупотребляет своим доминирующим положением на рынке, если она преследует конкретную цель – сохранить свое место любой ценой, зачастую препятствуя деятельности конкурентов.

Для наглядности изложенного тезиса обратимся к реальному примеру. Красноярское управление ФАС России признало ЗАО «Сибирь Авиа Сервис» нарушившим ст.10 Закона «О защите конкуренции». Компания злоупотребляла доминирующим положением на рынке поставок авиационного керосина. ЗАО «Сибирь Авиа Сервис», обладающее доминирующей позицией в географических границах аэропорта Красноярска на товарном рынке поставок авиационного топлива, вынудило ОАО «Крас Эйр» заключить договор на поставку авиационного топлива и оказание услуг топливно-заправочного комплекса на неблагоприятных для него условиях. Договор гласил, что ЗАО «Сибирь Авиа Сервис» имеет право по своему усмотрению увеличивать стоимость топлива и топливно-заправочных услуг при нарушении контрагентом условий расчетов по договору. В случае неисполнения ОАО «Крас Эйр» условий договора за ЗАО «Сибирь Авиа Сервис» остается право не производить его воздушных судов.

Таким образом, нельзя однозначно утверждать, что положительные последствия деятельности фирмы могут превышать негативные или же наоборот. Но вместе с тем посмеем дать себе вольность спрогнозировать ближайшие перспективы. Не исключено, что с развитием рыночной конкуренции и протекающими интеграционными процессами вопросы злоупотребления доминирующим положением по отношению к конкурентам будут приобретать все большие значения, а проблема влияния фирмы-доминанта на эффективность рынка и на экономический климат в целом будет с течением времени только обостряться.

#### Литература

1. Гальперина В.М. Теория фирмы / В.М. Гальперин. – СПб.: Экономическая школа, 1995 («Вехи экономической мысли»; Вып. 2). – 534 с.
2. Князева И.В. Антимонопольная политика в России / И.В. Князева. – М.: Омега-Л, 2006. – 347 с.
3. Кузнецова Е.И. Развитие конкурентных отношений и экономическая стратегия государства: монография / Е.И. Кузнецова. – М.: ЮНИТИ-ДАНА; Закон и право, 2008. – 384 с.
4. Розанова Н.М. Теория отраслевых рынков / Н.М. Розанова. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Издательство Юрайт, 2014. – 795 с.
5. Рой Л.В. Анализ отраслевых рынков / Л.В. Рой, В.П. Третьяк. – М.: ИНФРА-М, 2008. – 442 с.
6. Шерер Ф., Росс Д. Структура отраслевых рынков / пер. с англ. – Т.6. – М.: ИНФРА-М, 1997. – 697 с.

## **БАНКРОТСТВО ФИЗИЧЕСКИХ ЛИЦ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

Институт банкротства физических лиц за рубежом существует уже достаточно давно. В России необходимость в создании законодательно закрепленной возможности банкротства граждан стала обсуждаться в начале 2000-х годов, однако федеральный закон о банкротстве физических лиц был принят только в декабре 2014 года и с 1 октября 2015 года вступил в силу. Причиной для принятия закона именно в этот период стал экономический кризис 2014–2015 гг., который поставил множество россиян в «финансовый тупик», реальные доходы населения упали, жизнь стала существенно дороже, а кредиты стали непосильной ношей для множества России.

Сегодня, с точки зрения действующего российского законодательства, банкротство – это официальное признание неспособности должника удовлетворить требования кредиторов в полном объеме. Основной целью банкротства является установление мирового соглашения между должником и кредиторами, реструктуризация задолженности, либо удовлетворения требования кредиторов за счет имущества должника.

Для того чтобы признать физическое лицо банкротом в 2017 году, необходимы следующие условия:

- Размер долга одному или нескольким кредиторам должен составлять не менее 500 000 руб.
- Сумма обязательства обязательно должна превышать наличие у физлица имущества.
- Выплаты по этим кредитам должны быть просрочены не менее чем на 3 месяца.

При этом есть исключение, согласно которому признать себя банкротом можно и до наступления этих обстоятельства – если у должника есть доказательства, что в ближайшее время он не сможет выполнить свои обязательства перед кредиторами.

Как и любое другое явление, банкротство физлиц имеет как преимущества, так и недостатки. Из основных плюсов банкротства можно отметить следующие:

- «Заморозка долга» – это означает, что после признания гражданина банкротом его долг перестает расти, при этом начисление штрафов и пени за просрочку также приостанавливается.
- После получения официального статуса «банкрот» должник получает защиту от коллекторов и притязаний со стороны кредиторов.
- У банкрота также появляется возможность реструктуризировать долг, например, уменьшить размер ежемесячных выплат или увеличить срок погашения долга.
- Процедура банкротства физического лица может быть начата даже после смерти должника – в этом случае его поручители и законные наследники освобождаются от долговых обязательств.

Теперь о минусах:

- На торги будет выставлено все имущество должника, кроме предметов домашнего обихода и личных вещей.
- В течение 5 лет после прекращения процедуры банкротства должник не сможет снова оформить кредит. Кроме того, в это время не может быть начата повторная процедура банкротства.
- Должник лишается своей регистрации в качестве индивидуального предпринимателя.
- Услуги финансового управляющего оплачиваются из средств должника.
- Лицо может быть признано неплатежеспособным и по собственному злому умыслу. В таком случае имеет место быть преднамеренное или фиктивное банкротство. В любом случае это попадает под сферу уголовной ответственности.

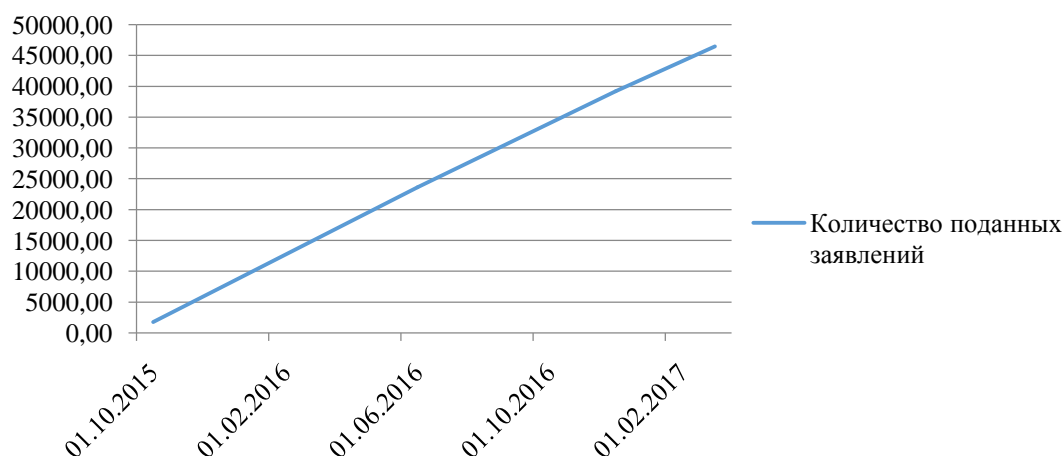
По оценке экспертов признакам банкротства в России соответствуют 670 000 человек, при этом по состоянию на 1 марта 2017 года на банкротство подали всего 46 443 человек, что составляет около 7% (рис. 1).

Причины такой неоправданно низкой активности среди физических лиц потенциально являющихся банкротами следующие:

1. Низкая правовая грамотность. Не все граждане знают о возможности списать долги через банкротство.
2. Длительность процедуры (в среднем – 12–15 месяцев).
3. Опасение признания банкротом, что связано с непониманием и незнанием закона.

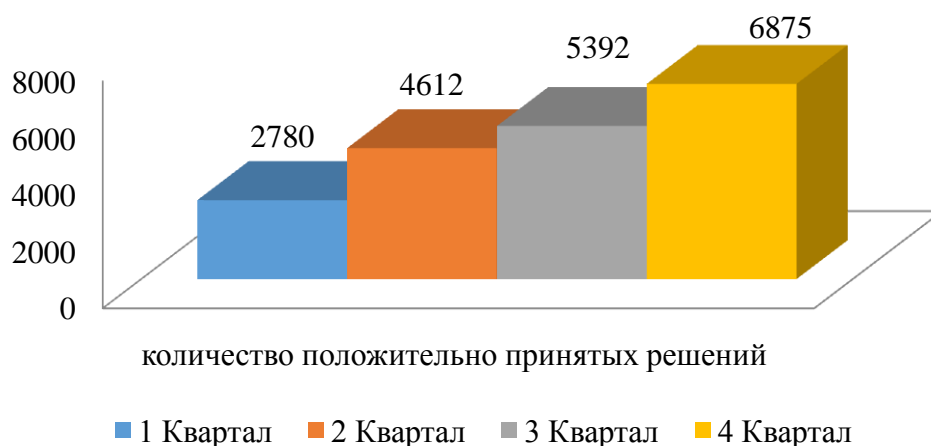


Однако в 2017 году был принят ряд поправок в законодательство, в частности, была принята поправка в Налоговый кодекс о снижении госпошлины при обращении в суд с 6 000 рублей до 300, что делает процедуру банкротства более доступной и способствует росту количества исковых заявлений.



**Рис. 1. Динамика дел по банкротству физических лиц в РФ**

По итогам 2016 года можно сделать вывод, что количество банкротств в стране резко увеличилось – согласно статистическим сведениям, за последний квартал 2016 суды начали принимать положительные решения в процессах о банкротстве физлиц в 2,5 раза больше, чем в 1 квартале 2016 (рис. 2).



**Рис. 2. Количество положительно принятых решений о банкротстве физических лиц в РФ на 2016 год по кварталам**

Тенденция к росту была замечена еще с самого начала 2016 года, и на данный момент количество принятых решений о банкротстве только продолжает расти.

Общее количество положительных дел по банкротству физ. лиц в РФ на 1.03.2017 года составляет 24 465 дел, из них 5921 процедуры реструктуризации и 18544 процедуры реализации имущества. Также стоит отметить, что суды стали чаще прибегать к процедуре реализации имущества. Так, согласно данным за 4 квартал, было принято свыше 75% решений о реализации, тогда как реструктуризация долга применялась только в ¼ случаях банкротства. При этом в 1 квартале на реструктуризацию долга приходилось 35% от всех дел. Это связано с тем, что реабилитационная процедура не столь эффективна как реализация в процессах о банкротстве физ. лиц. Соответственно, все чаще сразу принимаются решения о реализации, минуя этап реструктуризации.

Статистика поданных заявлений за весь период действия закона банкротства физических лиц с учетом разделения на территориальные арбитражные суды по регионам на 1 марта 2017 года выглядит следующим образом: наибольшее количество исков наблюдается в Москве – 3 947, Ленинградской области и Санкт-Петербурге – 2 949 и Московской области – 2 541. В Омском арбитражном суде всего зафиксировано 1 060 дел. Наименьшее количество дел зафиксировано в арбитражных судах республики Крым и города Севастополь – 25 и 16 дел соответственно (рис. 3).

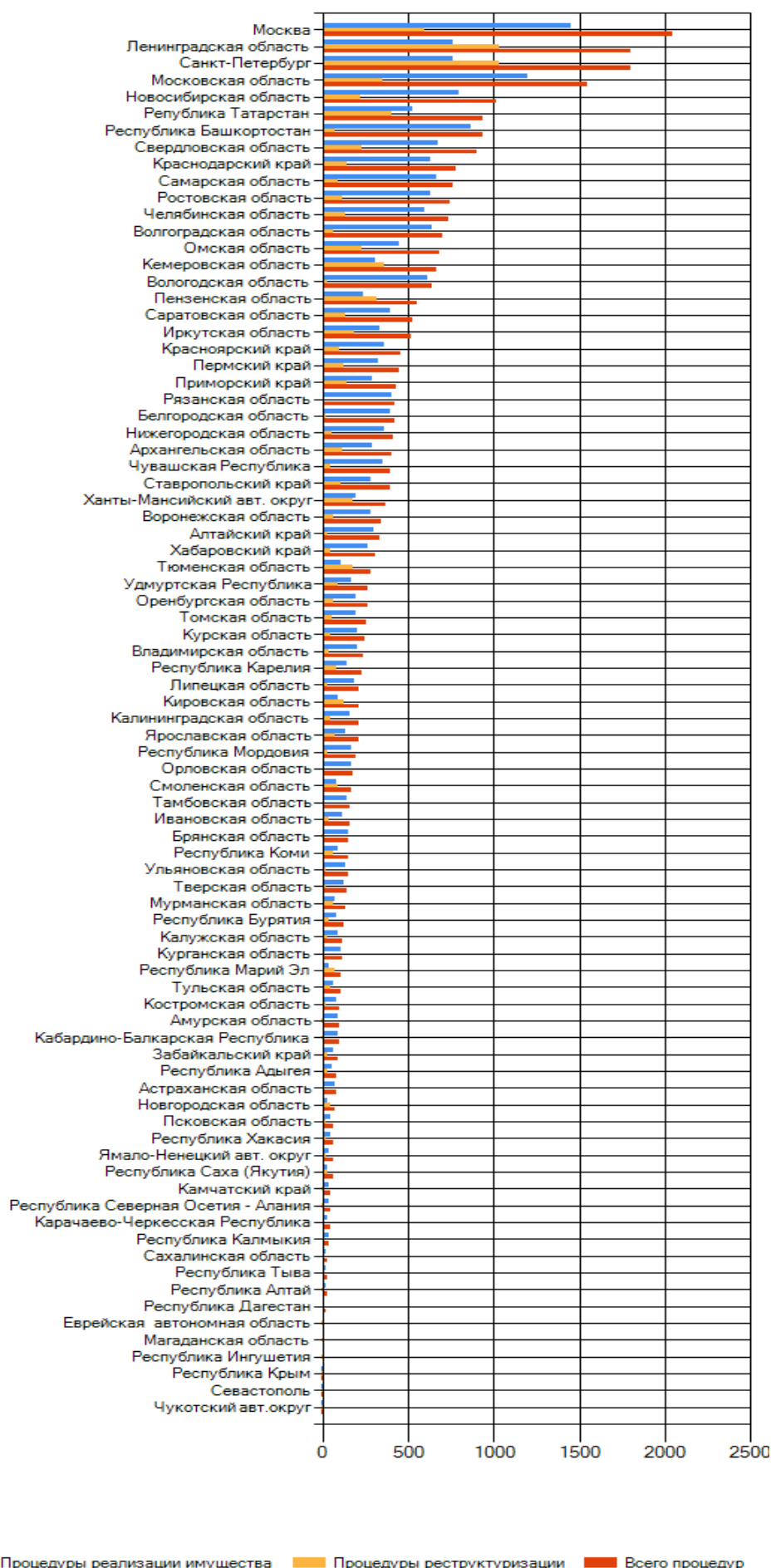


Рис. 3. Статистика банкротств физических лиц по регионам на 2016 год

Самыми частыми кредиторами в процедурах банкротства физических выступают: бесспорный лидер кредитования физ. лиц – ПАО «Сбербанк», следом идет основной конкурент сбербанка – ПАО «ВТБ24». На 1 апреля 2016 года участие этих компаний зафиксировано в 2 512 и 1 140 процедурах соответственно (рис. 4).

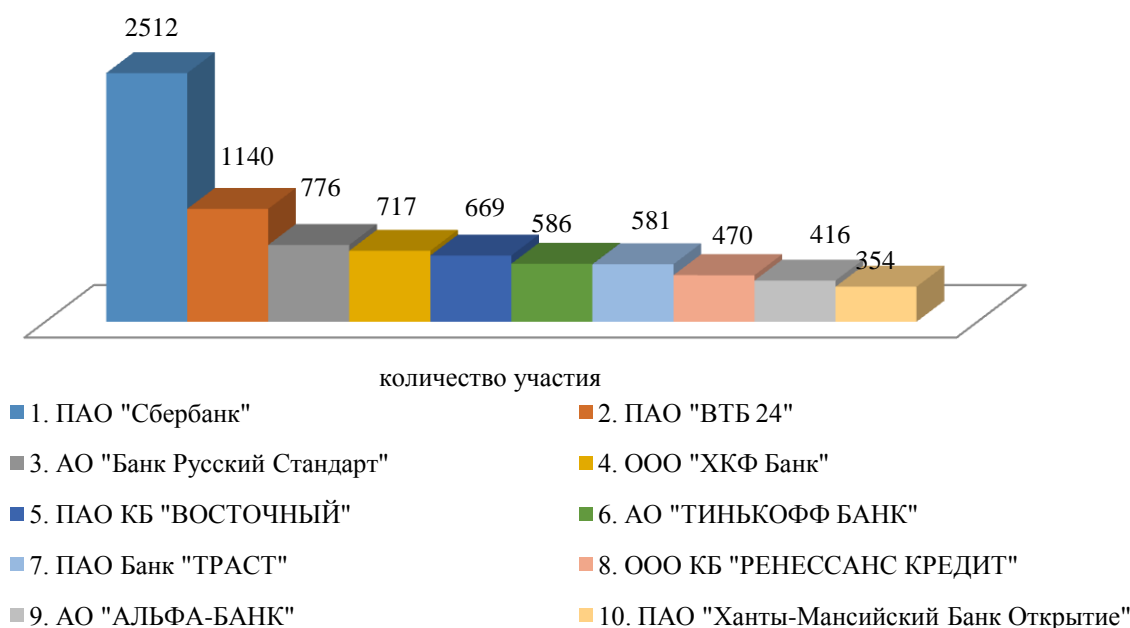


Рис. 4. Топ 10 участников процедуры БФЛ в РФ на 1.04.2016 год

Пожалуй, сама негативная тенденция в российской практике банкротства физических лиц заключается в том, что средний возраст потенциальных банкротов составляет 37 лет, то есть это самый кредитоспособный возраст населения. Учитывая, что после признания банкротства наступают определенные последствия, среди которых – невозможность взять кредит на протяжении 5 лет – можно прогнозировать значительное падение популярности кредитных продуктов. Их просто некому будет брать. Также значительно усилится контроль в банках – кредиты в банках будут выдаваться с минимальными рисками. Банки перестанут рисковать и «разбрасываться» кредитными средствами, поэтому для большей части населения крупные займы станут недоступными.

#### Литература

1. Банки.ру: информационное агентство [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.banki.ru/> (дата обращения: 13.03.2017).
2. О несостоятельности (банкротстве): федеральный закон от 26 октября 2002 г. № 127-ФЗ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_39331/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_39331/) (дата обращения: 10.03.2017).

УДК 332.1

**М.Ю. Клецкова, студент**

*Научный руководитель: С.П. Сазонов, д-р экон. наук, профессор  
г. Волгоград, Волгоградский государственный технический университет*

## УПРАВЛЕНИЕ ГОСУДАРСТВЕННЫМ ДОЛГОМ РЕГИОНА (НА ПРИМЕРЕ ВОЛГОГРАДСКОЙ ОБЛАСТИ)

В практике мирового сообщества для покрытия расходной части бюджета, зачастую, используются заемные средства, следствием чего является увеличение государственного долга. Данный показатель оказывает влияние на социально-экономического развитие регионов, а также страны в целом. В частности, влиянию подвержены воспроизводственные процессы и экономический рост, кото-

рые имеют тенденцию к снижению при увеличении государственного долга [6, с. 34; 9, с. 301; 7, с. 202; 10, с. 298].

Наряду с этим, увеличение государственного долга приводит к сокращению расходной части бюджета на развитие социальной сферы и инвестиционной деятельности, что также является тормозом в развитии экономики регионов и страны в целом [13, с. 38; 14, с. 87].

Высокий темп роста государственного долга приводит к дестабилизации развития экономики страны, несет в себе угрозу экономической безопасности, а также оказывает влияние на устойчивость бюджетной системы регионов и страны в целом.

В современных условиях развития мирового финансового кризиса проблема увеличения государственного долга наиболее остро стоит перед государством, поскольку является сдерживающим фактором в отношении социально-экономического развития. Данная проблема является актуальной не только для государства в целом, но и для отдельных регионов.

Для анализа состояния государственного долга было проведено исследование Волгоградской области. За последние три года (2014–2016 гг.) данный субъект РФ осуществляет свое развитие в условиях дефицита бюджета. Данный показатель имеет тенденцию к увеличению. В частности за последние три года он увеличился на 44,9% (33 593 891,8 в 2014 г. против 48 669 153,01 в 2016 г.) – рис. 1.

Таблица 1

Динамика государственного долга Волгоградской области [5]

Показатель	2014	2015	2016
Дефицит областного бюджета, тыс. руб.	8 008 500,0	6 738 400,0	5 899 960,0
Дефицит, % к собственным доходам	10,6	8,4	7,3
Долг областного бюджета, тыс. руб.	33 593 891,81	41 650 355,89	48 669 153,01
Долг, % к собственным доходам	44,4	51,9	60,4
Долговая нагрузка, %	71,19	77,01	78,70
Темп роста долга	1,44	1,24	1,02
Предельный размер государственного долга, тыс. руб.	60 000 000	60 000 000	60 000 000

Согласно табл. 1, дефицит государственного бюджета Волгоградской области находится в пределах критического значения, установленного Бюджетным кодексом РФ (п. 2. ст. 92.1., «дефицит бюджета субъекта Российской Федерации не должен превышать 15 процентов утвержденного общего годового объема доходов бюджета субъекта РФ без учета утвержденного объема безвозмездных поступлений»).

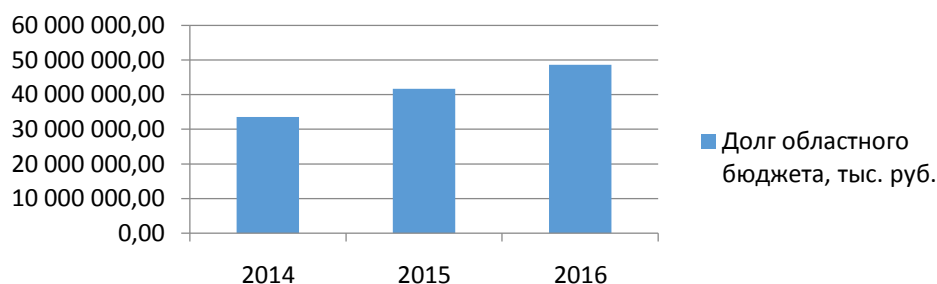


Рис. 1. Динамика государственного долга Волгоградской области, [5]

Вместе с тем, можно отметить изменение структуры государственного долга Волгоградской области – табл. 2.

Структура госдолга региона, млрд руб. [5]

	2014 г.		2015 г.		2016 г.	
	сумма, млрд. руб.	удельный вес, %	сумма, млрд. руб.	удельный вес, %	сумма, млрд. руб.	удельный вес, %
Бюджетный кредит	4,8	14,6	12,2	30,0	17,1	36,5
Государственные ценные бумаги	14,1	43,0	15,6	38,3	16,9	36,0
Кредиты кредитных организаций	13,9	42,4	12,9	31,7	12,9	27,5
<b>ИТОГО</b>	<b>32,8</b>	<b>100</b>	<b>40,7</b>	<b>100</b>	<b>46,9</b>	<b>100</b>

Плотное взаимодействие с федеральным центром в 2014-2016 годах позволило в 2,5 раза, с 14,6% до 36,5%, увеличить долю бюджетных кредитов в структуре госдолга региона. Доля дорогих коммерческих кредитов при этом сократилась в 1,5 раза (с 42,4% до 27,5%) – рис. 2.

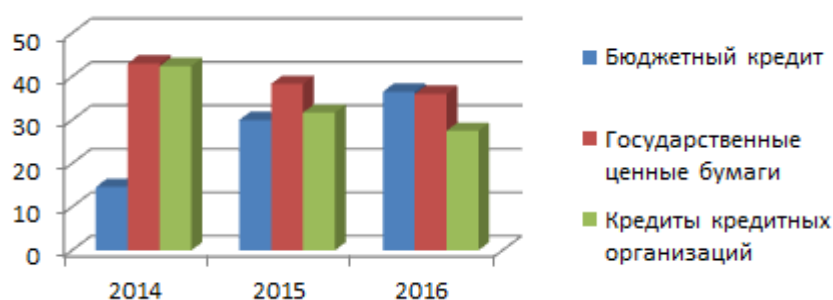


Рис. 2. Структура госдолга региона [5]

Увеличение доли бюджетного кредита в госдолге региона (табл. 2) – положительный факт для развития Волгоградской области, поскольку данный инструмент поможет сэкономить средства областного бюджета. Так, ставка по кредитам, которые Волгоградская область привлекала три года назад в коммерческих банках, составляет 9,44% – 9,515%. Произведенное замещение, более дорогих в обслуживании, кредитов кредитных организаций бюджетными кредитами позволило региону не только качественно изменить структуру государственного долга Волгоградской области, но и снизить расходы на его обслуживание [2, с. 37; 11, с. 10]. Выплата процентов по коммерческим кредитам обходилась казне области более чем в 400 миллионов рублей в год. Сегодня ставки в коммерческих банках еще выше – 23-25% годовых. Поэтому бюджетный кредит со ставкой – 0,1% – является одним из самых выгодных способов заимствования.

Анализ размера государственного долга также показал, что он не превышает предельного размера, установленного законом о бюджете Волгоградской области – рис. 3.

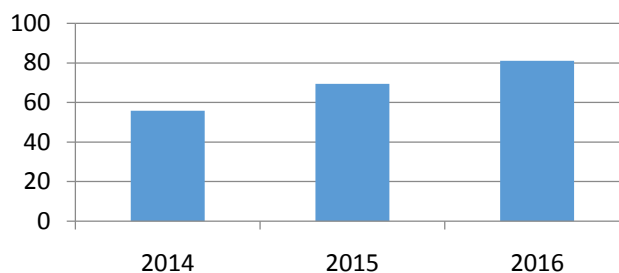


Рис. 3. Отношение государственного долга Волгоградской области к его верхним пределам в 2014–2016 гг. [5]

Исходя из представленных выше данных, следует, что объем долговых обязательств Волгоградской области с каждым годом возрастает, что предполагает повышение верхнего предела государственного долга, в будущем.

В результате проведенного исследования, отметим, что бюджет области находится в условиях серьезной долговой нагрузки. Волгоградская область, в общем рейтинге субъектов РФ, занимает 56 место из 83. Усугубить ситуацию может несовершенная долговая политика субъекта РФ. Как правило, долговая политика субъекта предполагает совокупность мер по управлению государственным

долгом. Вместе с тем, существуют риски долговой политики, которые необходимо устранять и минимизировать – рис. 4.

Риск	Основной подход к минимизации риска
Риск рефинансирования – риск потерь областного бюджета вследствие невыгодных условий привлечения заимствований на вынужденное рефинансирование уже имеющихся обязательств	Исключение из практики управления обязательствами случаев вынужденного рефинансирования
Риск процентной ставки – риск, связанный с ростом процентных ставок на рынке заимствований	Отказ от использования заимствований, которым присущ высокий риск процентной ставки
Риск пролонгации – риск, связанный с тем, что условия пролонгации обязательства окажутся невыгодными или пролонгация будет невозможна	Полный отказ от практики привлечения заимствований на условиях, не оговорённых в договоре
Риск цены выкупа – риск того, что цена, по которой возможно выкупить свои обязательства на рынке, окажется существенно выше запланированной	Полный отказ от привлечения заимствований, условия размещения которых отличаются от фактических планов
Риск платежа – риск, связанный с тем, что уполномоченный агент по осуществлению платежей по обслуживанию и погашению обязательств области не произвёл расчёта по обязательствам	<ul style="list-style-type: none"> <li>• тщательный выбор надёжных обслуживающих банков на основе анализа их финансовой устойчивости;</li> <li>• постоянный мониторинг финансового состояния обслуживающих банков и агентов для принятия превентивных действий при ухудшении их устойчивости</li> </ul>
Риск со-инвестора - риск, связанный с отказом со-инвесторов от осуществления финансирования проекта	<ul style="list-style-type: none"> <li>• анализ финансовой устойчивости со-инвесторов на стадии разработки и принятия инвестиционного проекта;</li> <li>• недопущение ситуации, когда имеется единственный со-инвестор по всей инвестиционной программе;</li> <li>• ужесточение соглашений о совместном финансировании инвестиционных проектов, направленное на увеличение для сторон цены выхода из соглашения</li> </ul>
Риск ликвидности - риск, связанный с отсутствием у областного бюджета средств для полного исполнения своих обязательств в срок	Повышение точности бюджетных прогнозов путём оценки долговой ёмкости бюджета на основе консервативных или пессимистичных прогнозов экономического развития и финансового состояния области
Кредитный риск - риск невыплаты организацией по обязательствам, которые были гарантированы правительством области	<ul style="list-style-type: none"> <li>• требование залога при выдаче государственной гарантии или бюджетного кредита;</li> <li>• анализ кредитоспособности получателя кредита или гарантии;</li> <li>• постоянный контроль кредитоспособности организации на протяжении всего срока кредита или гарантии;</li> <li>• недопущение чрезмерной концентрации кредитных ресурсов и предоставления гарантий одной организации или в одной отрасли экономики</li> </ul>

Рис. 4. Риски долговой политики и подходы к их минимизации [1]

Также необходимо разработать концепцию по реформированию системы управления государственным долгом Волгоградской области, основными задачами которой являются следующие положения:

- первоочередной задачей является снижение дефицита бюджета области;
- как следствие, необходимо снизить уровень государственного долга области;
- в конечном счете, сократить долю просроченных кредитных обязательств субъекта РФ.

Помимо этого, необходимо осуществлять меры по укреплению доходной части бюджета, в частности реализовывать программы поддержки бизнеса, повышения его ответственности, а также проводить оптимизацию налогообложения. Наряду с этим, необходимо производить работу по оптимизации расходной части бюджета, поскольку сокращение нецелевых расходов, позволит направить бюджетные средства на наиболее перспективные проекты социально-экономического развития.

Однако, еще одним фактором, который показывает несовершенство системы управления государственным долгом, является законодательная база субъекта РФ [12, с. 22; 15, с. 92].

– законодательная база Волгоградской области не в полной мере позволяет осуществить долгосрочное управление государственным долгом области;

– законодательная база Волгоградской области в полной мере не может обеспечить защиту от возможных финансовых кризисов, а также не предполагает наличие комплекса мер по оперативному вмешательству.

В связи с этим, необходимо совершенствовать систему управления государственным долгом посредством:

- включения в структуру управления рисков, которые связаны с несбалансированностью бюджета Волгоградской области;
- разработки модели контроля за наступлением рисков долговых обязательств;
- анализа существующей системы управления государственным долгом и ее модернизации в части приобщения к условиям современной финансово-экономической ситуации.

Система управления государственным долгом является одной из частей проводимой субъектом РФ бюджетной политики, [3, с. 204]. Ее совершенствование позволит не только снизить долговую нагрузку на бюджет Волгоградской области, но и оптимизировать функционирование бюджетного процесса.

#### Литература

1. Бабич, И.В. Методы управления государственным долгом / И.В. Бабич // Вестник Саратовского государственного социально-экономического университета. – 2011. – № 5. – С. 120–122.
2. Зеленский, Ю.Б. Структура регионального госдолга: как не оказаться в тупике? / Ю.Б. Зеленский // Деньги и кредит. – 2012. – № 5. – С. 35–41.
3. Крохина, Ю.А. Бюджетное право России: учебник / Ю.А. Крохина. – Москва: Юрайт, 2012. – 483 с.
4. Нешиной, А.С. Бюджетная система Российской Федерации: учебник / А.С. Нешиной. – Москва: Дашков и К, 2011. – 333 с.
5. Официальный сайт Администрации г. Волгограда. URL: <http://www.volgadmin.ru/> (дата обращения: 29.10.2016).
6. Полидуч, С.А. Экономическое содержание категории «государственный долг» / С.А. Полидуч // Вестник Челябинского государственного университета. – 2012. – № 10. – С. 32–36.
7. Потенциал и перспективы экономического развития России в условиях модернизации: монография / под ред. Г.Б. Клейнера, О.Ю. Мамедова, В.В. Сорокожердьева. – М.: Современная экономика и право, 2012. – 426 с.
8. Сазонов С.П., Мамедов Ф.Н., Кабанов В.В. Как построить государственно-частное партнерство по вертикали власти? Пока больше вопросов, чем ответов // Бизнес. Образование. Право. Вестник Волгоградского института бизнеса. 2014. № 3(28). С. 60–64.
9. Сазонов С.П. Консолидированный бюджет субъекта Федерации и его роль в формировании экономики: монография / С.П. Сазонов. – М: Финансы, 2005. – 560 с.
10. Сазонов С.П. Местный бюджет в Российской Федерации: монография / С.П. Сазонов, Л.В. Перекрестова, А.В. Лукьянова. – М.: Финансы, 2005. – 416 с.
11. Сазонов, С.П. Межбюджетное регулирование на субрегиональном уровне и реформа местного самоуправления / С.П. Сазонов, Д.Ю. Завьялов // Финансы. – 2005. – № 10. – С. 8–11.
12. Селезнев, А.З. Проблемы развития бюджетной системы России / А.З. Селезнев // Вестник Российского экономического университета им. Г.В. Плеханова. – 2012. – № 6. – С. 16–28.
13. Толстоброва, Н.А. Влияние государственного долга на динамику развития экономики Российской Федерации / Н.А. Толстоброва, В.П. Постников, М.А. Каменских // Финансы и кредит. – 2013. – № 20. – С. 37–42.
14. Управление финансами территорий, ориентированное на результат / под ред. д.э.н., проф. К.И. Таксира. М.: Финансы, 2006. – 416 с.
15. Финансовые кризисы (история, современность, перспективы): монография. Ч. 1 / С.П. Сазонов, А.В. Лукьянова, А.И. Мордвинцев и др.; под ред. С.П. Сазонова; ВолгГТУ. – Волгоград, 2013. – 296 с.

УДК 332.12

**У.К. Клыгина, студент**

*Научный руководитель: И.А. Волкова, д-р экон. наук, профессор  
г. Нижневартовск, Нижневартовский государственный университет*

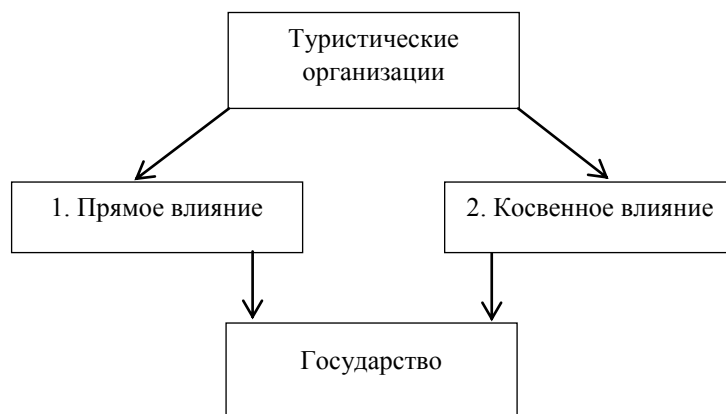
## РОЛЬ ТУРИСТИЧЕСКОГО БИЗНЕСА В ЭКОНОМИКЕ ГОСУДАРСТВА

Что есть туризм? С экономической стороны – это все виды пассажирского транспорта, изготовление сувениров, широкая сфера услуг, миллионы рабочих мест. С каждым годом туризм стремительно набирает обороты и не собирается останавливаться. Налоги от туристического бизнеса значительно увеличивает казну любого государства. Во многих странах на долю туризма приходится от пятой части до половины валового национального продукта. В сфере туризма занято 60% всей рабочей силы в мире [3].

Туристическая индустрия – это целый межотраслевой комплекс, включающий в себя:

- 1) предоставляемые услуги развлечения
- 2) жилые комплексы
- 3) пассажирские виды транспорта (автомобильный, воздушный, водный, железнодорожный)
- 4) услуги общественно питания
- 5) строительный комплекс

Свою роль в экономике государства туристический бизнес может оказывать через прямое влияние и косвенное, как это показано на схеме (рис. 1):



**Рис. 1. Влияние туристических организаций на государство (составлено автором)**

Пример прямого влияния туризма на экономику страны или региона – результат использования части доходов туристов на покупку ими услуг и товаров. Поэтому, чем больше достопримечательностей, экскурсий, развлечений, гостиниц, кафе и ресторанов, тем больше приток денежных поступлений [4].

Косвенное влияние связано с налогами, которые регион получает с реализации денег, полученных от туристов в качестве платы за оказанные им туристические услуги.

Положительной стороной существования туристического бизнеса в стране является возможность трудоустроить миллионы людей, а, как известно, проблема безработицы в современной экономике России всегда актуальная и важна. Она выступает как сложное и противоречивое макроэкономическое явление экономической жизни. К сожалению, этот вопрос актуален в наши дни, и, на мой взгляд, будет во внимании еще долгие-долгие годы. Туризм помогает трудоустроиться множеству людей, так как эта индустрия имеет очень разветвленную обширную сеть (рисунок 2). В этой отрасли труд в основном не механизирован, и не может быть механизирован, что позволяет привлекать трудовые ресурсы, направляя их на обслуживание туристов [3]. Любой туристический проект нуждается в профессиональных, квалифицированных, талантливых сотрудниках, чтобы воплощать в реальность самые необычные задумки. Одна туристическая организация охватывает десятки различных профессий. Так, выпускников экологического факультета, факультета истории, коммуникации и туризма и даже обладателей диплома факультета физической культуры может объединить экологический туризм.





**Рис. 2. Пути влияния туристических организаций на государство (составлено автором)**

Помимо экономики, туризм также задействован в развитии культуры страны, в охране ее окружающей среды, в защите исторических наследий и заповедников [5]. Этим проблемам посвятил свою деятельность экологический туризм. Его политика направлена на полное сохранение уникальной природы. Этот природный туризм включает изучение окружающей природной среды и служит для улучшения обстановки в этой среде. По определению Международной организации экотуризма, «экологический туризм – это ответственное путешествие в природные зоны, области, сохраняющие окружающую среду и поддерживающие благосостояние местных жителей» [4]. Таким образом, данное направление в туристическом бизнесе влияет на повышение уровня жизни населения нашего государства. Проблема социального плана решается за счет привлечения туристов в слаборазвитые, отсталые районы. В такой район начинает поступать приток денежных средств. Увеличивается процент занятого населения, начинает развиваться инфраструктура туризма и сервисные службы: дороги, бытовые услуги, общепит, парки развлечений и др. К тому же, рынок туристических услуг заботится об охране культурных памятников страны, финансирует фонды по защите исторического наследия, способствует сохранению и своевременной реставрации архитектурных сооружений, улучшению экологии региона.

Туризм положительно влияет на экономику регионов и страны в целом. Это связано с тем, что расходы въезжих туристов представляют собой вклады в экономику принимающей их территории. Иначе говоря, расходы туристов-иностранцев в стране представляют собой для России туристский импорт. Туризм, как торговлю услугами на мировом рынке, называют «невидимым импортом», вносящим соответствующий вклад в платёжный баланс страны. Положительным явлением считается тот факт, когда сумма ввоза туристами валюты в страну превышает сумму её вывоза [3].

С политической стороны успешные международные туристические проекты возможны лишь при дружеских отношениях между странами: смягчение международного климата, сотрудничество и взаимопонимание, процессы глобализации, решение спорных международных вопросов путем переговорного процесса. Развитие международного туризма и привлечение иностранных туристов обеспечивает стабильный поток валюты на отечественный рынок, улучшает работу банковской системы. Но положительное влияние туризма на развитие экономики в стране происходит лишь в том случае, если туризм не является ключевым источником дохода. Отрасль туризма должна развиваться и идти в ногу с остальными отраслями народного хозяйства. Если же доход той или иной страны напрямую зависит лишь от туристического бизнеса (что характерно для курортных стран), то возрастает риск ухудшения экономического состояния [2].

Участие государства в развитии собственной отрасли туризма очень важно. Необходимо трезво оценивать свои положительные и отрицательные стороны. Направить все силы на улучшение инфраструктуры, подготовку кадров, занятых в туристическом бизнесе, принимать соответствующие законодательные и правовые меры для облегчения деятельности предприятий, оказывающих туристические услуги, стимулировать и поощрять их, а также большую роль играет государственное финансирование и разработка специальных программ по привлечению инвестиций в эту отрасль. К сожалению, на данный момент в некоторых российских регионах высокие цены на предоставляемые туристические услуги не соответствуют качеству, также не приемлемы цены для отдыхающих пенсионеров. Однако у государства большое будущее в горных зимних видах спорта и в оздоровительных медицинских программах (минеральные источники, климатолечение).

В случае плохой организации туризма, он становится стихийным, неконтролируемым, доходы оседают в частных руках, государство недополучает налоги и, в конечном счете, влияние на экономику снижается, и даже добавляются различные статьи расходов.

Кроме прямого влияния доходов от туризма на развитие региона существует также косвенное его влияние, или «эффект мультипликатора», который действует по мере расширения туризма в регионе. Действие такого мультипликатора можно пояснить следующим примером: группа иностранных туристов, путешествуя в Сочи, тратит на покупку товаров и услуг определённую сумму. Доход тур предприятий – это их выручка от продажи туристам в регионе услуг и товаров. Доход региона – это налоги, полученные с этой выручки и оставляемые в распоряжении региона[3]. Получается цепочка: деньги туристов работают на экономику региона, регион же в свою очередь выплачивает на полученные деньги заработную плату своим работникам, а эти работники на свою зарплату покупают товары, оплачивают услуги.

На сегодняшний день, как минимум 40 стран развиваются за счет туризма. Наличие развитого туризма дает нашей стране возможность улучшить инфраструктуру, обустроить ЖКХ, усовершенствовать транспортную систему. Можно создавать национальные парки с охраняемыми ландшафтами и уникальными природными объектами. Открывая вход для туристов, регион получает приток денег и в то же время плюсом является защита окружающей среды. Туристический бизнес развивается с высокой скоростью и все равно нуждается в поддержке государства, а государство тем временем нуждается в туризме. Внутренний туризм в России растет ежегодно на 10% и составляет около 15% от ВВП. По словам премьер-министра Д.А. Медведева, на развитие туризма позитивное влияние оказывает проведение масштабных международных мероприятий, например, в Сочи, во Владивостоке, Казани и Уфе [6]. Нашему туристическому бизнесу есть куда расти. Благодаря природным условиям туризм в стране является круглогодичным, что обеспечивает постоянное поступление денег в бюджет государства. На мой взгляд, основные силы следует направить на развитие горного, лесного и лечебного туризма, так как среди молодежи сейчас особой популярностью пользуются катания на лыжах, на сноуборде и другие виды зимних развлечений. Горные термальные источники подходят всем возрастам и всегда пользуются спросом. Стоит отметить, что вместе с положительными аспектами развитие туристической отрасли имеет и отрицательные аспекты. Быстрое развитие этой сферы несет за собой сокращение продовольственных ресурсов для местного населения, загрязнение окружающей среды, истощение запасов воды. Поэтому нужно опираться на мировой опыт, поддерживать проекты по защите окружающей среды.

#### Литература

1. Бабкин А.В. Специальные виды туризма: Учебное пособие. – Ростов-на-Дону: Советский спорт, 2008. – 117 с.
2. Квартальнов В.А. Туризм: Учебник. – М.: Финансы и статистика, 2002. – 320 с.
3. Лекции по экономике социально-культурной сферы. Влияние туризма на экономику страны и региона. URL: <http://social-culture.ru/index.php?id=153&request=full>
4. Петрова В.С. Малое предпринимательство и его роль в турбизнесе // Культура, наука, образование: проблемы и перспективы: Материалы II Всероссийской научно-практической конференции. – Нижневартовск, 2013. – С. 142–143.
5. Петрова В.С. Проблемы поддержки и развития туризма в регионе // Деятельностное понимание культуры как вида человеческого бытия: Материалы IX Международной научной конференции. – Нижневартовск, 2013. – С. 297–298.
6. Российская газета. № ФС 77–50379.

## **УПРАВЛЕНИЕ ПОРТФЕЛЕМ ИПОТЕЧНЫХ ЖИЛИЩНЫХ КРЕДИТОВ В КОММЕРЧЕСКОМ БАНКЕ**

Ипотека является одним из флагманских банковских продуктов не только в российской экономической системе, но и во всем развитом мире.

На сегодняшний день ипотечное кредитование в РФ имеет достаточное развитие. В кризисный период, безусловно, произошла просадка, но государственная программа поддержки ипотеки, да и в целом рыночная ситуация, позволили данному рынку показать одни из самых хороших показателей в последние годы среди всех видов кредитования как физических лиц, так и корпоративных клиентов.

Недостаток жилья оказывает влияние на все сферы жизни российских граждан. Из-за недостатка необходимых сбережений и отсутствия возможности накопления денежных средств большинство граждан не могут позволить себе улучшение своих жилищных условий. Так, по причине низкого уровня доходов только 1% населения могут приобрести жилье за свой счет и около 0,3% имеют возможность получить его за счет средств бюджета [3]. Покупка недвижимого имущества в условиях финансового кризиса позволяет сохранить накопленные денежные средства и увеличить их в будущем. Именно поэтому, ипотечное жилищное кредитование в настоящее время является все более привлекательным для населения.

Ипотека (греч. *hypoteka* – залог, заклад) представляет собой залог недвижимости с целью обеспечения денежного требования кредитора (залогодержателя) к должнику (залогодателю) [4, с. 83].

Ипотечный кредит представляет собой кредит (заем), выданный с целью покупки недвижимости под залог данной недвижимости в качестве обеспечения обязательства. Права требования по кредиту могут удостоверяться и передаваться через закладную – именную ценную бумагу вексельного типа.

Основными участниками рынка ипотечного кредитования являются:

а) заемщики, обратившиеся за получением ипотечного кредита, квалифицированные кредиторами как надежные и платежеспособные, и на основании этого получившие ипотечный кредит физические и юридические лица;

б) кредиторы – банки и другие финансовые кредитные учреждения, выдающие ипотечные кредиты заемщикам на основании оценки их кредитоспособности и осуществляющие обслуживание выданных ипотечных кредитов;

в) продавцы жилья – физические и юридические лица, продающие собственное жилье или жилье, принадлежащее другим физическим и юридическим лицам, по их поручению;

г) риелторские организации – лицензированные продавцы жилья;

д) уполномоченный орган государственного управления – учреждение юстиции по государственной регистрации прав на недвижимое имущество и сделок с ним (государственная регистрационная палата);

е) оценочные агентства, исполняющие независимую профессиональную оценку жилых помещений, являющихся предметом залога по ипотеке (при выдаче ипотечного кредита при реализации заложенного имущества, при торгах и пр.);

ж) страховые организации, осуществляющие имущественное страхование (страхование заложенного жилья), страхование жизни и трудоспособности заемщика и гражданско-правовой ответственности участников ипотечного рынка [2, с. 445].

Существуют множество мнений по вопросу ипотечного кредитования. Одни авторы рассматривают ипотечное кредитование в узком смысле как разновидность потребительского кредитования, являющегося сегментом ссудного рынка. Другие авторы дают более широкое понятие ипотечного кредитования, который выражает не только интересы заемщиков и кредиторов, но и инвесторов, риелторов, застройщиков, страховых компаний и других субъектов рынка. В другом случае, правильнее говорить о системе ипотечного кредитования, включает себя сам процесс выдачи ипотечных кредитов, механизмы привлечения финансовых ресурсов с рынка капиталов и операции на рынке недвижимости.

Способы рефинансирования ипотечных кредитов

Способ рефинансирования	Вид кредитного института
1. Выпуск ипотечных облигаций	Ипотечные банки
2. Предварительные накопления заемщиков, государственные субсидии	Стройсберкассы
3. Собственные, привлеченные и заемные средства (в том числе займы международных организаций)	Универсальные банки
4. Продажа закладных ипотечному агентству или крупному ипотечному банку, собственные, привлеченные и заемные средства (в том числе займы международных организаций)	Кредитные учреждения, занимающиеся ипотечным агентством или крупным ипотечным банком

Рефинансирование становится действительно выгодным только в том случае, в случае если процентная ставка нового кредитования ниже на 3% и более, а срок погашения задолженности остается неизменным. При процентной ставке, которая уменьшается всего на 1%, смысла проводить данную процедуру нет, так как примерно такую же сумму уйдут затраты на оплату комиссий и услуг для переоформления кредита. Когда в срок погашения кредита уменьшается, увеличивается сумма ежемесячного платежа, которая сильно отразится в бюджет плательщика, и поэтому в данном случае не является выгодным для него. Таким образом, некоторые банки предоставляют программу ипотечного кредита, что первые пять лет происходит выплата самого процента, а после выплачивается сумма платежа.

Ипотечное кредитование жилищного строительства, т.е. кредитование под залог недвижимости, является одним из эффективных инструментов рыночной экономики, проверенных временем. В странах с развитой экономикой большая часть населения приобретает жилье с использованием ипотечного кредита, рассчитываясь за него в течение 10–30 лет. Такая же практика существовала и в Российской империи до 1917 г. После возвращения в российское законодательство права частной собственности в 1991 г. стал происходить постепенный возврат к практике ипотечного кредитования. Принятие в 1998 г. Закона «Об ипотеке (залоге недвижимости)» позволило упорядочить практику выдачи кредитов под залог недвижимости.

Инструменты ипотечного кредитования это кредиты, допускающий определенный механизм расчета платежей заемщика согласно кредиту, который содержит способы погашения основного долга и уплаты процентов по кредиту. Инструменты ипотечного кредитования устанавливают форму организации денежного потока по долгосрочному ипотечному кредиту.

Правильный выбор и использование инструментов ипотечного кредитования в значительной степени определяют эффективность ипотечных операций, уменьшение рисков, увеличение доступности ипотечных кредитов, их ликвидность.

Классификация инструментов ипотечного кредитования:

1) по типу применяемой процентной ставки:

- а) кредиты с фиксированной процентной ставкой;
- б) кредиты с переменной процентной ставкой;

2) по характеру платежей по ипотечному кредиту:

а) аннуитетные кредиты, то есть кредиты с постоянными выплатами, осуществляемыми через равные периоды;

б) кредиты с изменяющимися размерами платежей. Один из самых распространенных инструментов ипотечного кредитования является стандартный ипотечный кредит.

Главными характеристиками инструментами ипотечного кредитования:

1) утверждение фиксированной процентной ставки по кредиту на весь срок кредита;

2) денежный поток, при котором платежи по кредиту осуществляется в виде равных, как правило, ежемесячных, взносов и рассчитываются по формуле аннуитетных платежей. Такой кредит называется стандартным кредитом с фиксированной процентной ставкой или аннуитетным ипотечным кредитом.

В настоящее время в России действуют следующие нормативные документы по ипотечному кредитованию (табл. 2).

## Нормативные документы по ипотечному кредитованию

№	Документ	Название документа
1	Федеральный закон от 22.12.2008 № 264-ФЗ (редакция от 03.07.2016 N 361-ФЗ)	О внесении изменений в Федеральный закон «Об ипотеке (залоге недвижимости)» и отдельные законодательные акты Российской Федерации
2	Указание Банка России от 21.01.2008 № 1963-У	О проведении единовременного обследования досрочного погашения ипотечных жилищных кредитов
3	Федеральный закон от 27.07.2006 № 141-ФЗ (редакция от 29.12.2012 N 281-ФЗ )	О внесении изменений в Федеральный закон «Об ипотечных ценных бумагах»
4	Указание Банка России от 29.11.2005 № 1635-У	О порядке направления запросов и получения информации из Центрального каталога кредитных историй субъектом кредитной истории и пользователем кредитной истории посредством обращения в бюро кредитных историй
5	Федеральный закон от 30.12.2004 № 218-ФЗ (редакция от 03.07.2016 N 231-ФЗ)	О кредитных историях
6	Указ Президента РФ от 13.10.2004 № 1315	Вопросы Федеральной регистрационной службы
7	Федеральный закон от 11.11.2003 № 152-ФЗ (редакция от 03.07.2016 N 361-ФЗ)	Об ипотечных ценных бумагах
8	Постановление Правительства РФ от 11.01.2000 № 28 (редакция от 08.05.2002)	О мерах по развитию системы ипотечного жилищного кредитования в Российской Федерации
9	Федеральный закон от 16.07.1998 № 102-ФЗ (редакция от 03.07.2016 N 361-ФЗ)	Об ипотеке (залоге недвижимости)
10	Федеральный закон от 30.12.2004 № 214-ФЗ (редакция от 03.07.2016)	Об участии в долевом строительстве многоквартирных домов и иных объектов недвижимости и о внесении изменений в некоторые законодательные акты Российской Федерации
11	Федеральный закон (редакция от 03.07.2016 N 315-ФЗ)	«О внесении изменений в часть первую Гражданского кодекса Российской Федерации и отдельные законодательные акты РФ»

На основании Гражданского Кодекса РФ предусматривается ряд правил в отношении обязательной государственной регистрации права собственности, а также возникновения ограничения и перехода таких прав, включая дополнительные требования к договору купли-продажи жилой недвижимости.

Статья 448, пункт 5 – ГК РФ (часть вторая) от 23.05.2016 «Оплата товара, проданного в кредит»: «Если иное не предусмотрено договором купли-продажи, с момента передачи покупателю и до его оплаты товар, проданный в кредит, признается находящимся в залоге у продавца для обеспечения исполнения покупателем его обязанности по оплате товара» [6].

Статья 587, пункт 5 – ГК РФ (часть вторая) от 23.05.2016 «Обеспечение выплаты ренты»: «При передаче под выплату ренты земельного участка или другого недвижимого имущества получатель ренты в обеспечение обязательства плательщика ренты преобладает право залога на это имущество» [1].

В случае, когда имущество уже передано, но еще не оплачено, при продаже товара в кредит, тогда эта структура не всегда оптимальна в отношениях с недвижимостью. Когда государственная регистрация переходит на права собственности, это не зависит от фактической сделки и от передачи имущества.

По федеральному закону «О внесении изменений в часть первую Гражданского кодекса Российской Федерации и отдельные законодательные акты Российской Федерации» устанавливаются следующие изменения:

Статья 317.1 – ГК РФ (часть первая) от 07.02.2017 «Проценты по денежному обязательству»: «В случаях, когда законом или договором предусмотрено, что на сумму денежного обязательства за период пользования денежными средствами подлежат начислению проценты, размер процентов определяется действовавшей в соответствующие периоды ключевой ставкой Банка России (законные проценты), если иной размер процентов не установлен законом или договором».

Статья 395, 1 пункт – ГК РФ (часть первая) от 07.02.2017 «Проценты по денежному обязательству»: «В случаях неправомерного удержания денежных средств, уклонения от их возврата, иной просрочки в их уплате подлежат уплате проценты на сумму долга». Размер процентов определяется ключевой ставкой Банка России, действовавшей в соответствующие периоды. Эти правила применяются, если иной размер процентов не установлен законом или договором».

Федеральный закон «Об ипотеке (залоге недвижимости)» от 03.07.2016 № 361 является основным законом, регулирующим отношения по поводу залога недвижимости. Этот Закон:

- 1) определяет основания возникновения ипотеки и ее управление, а также обязательства и требования, обеспечиваемые ипотекой;
- 2) перечисляет имущество, которое может быть предметом ипотеки;
- 3) устанавливает понятие и содержание закладной, ее основные положения, а также процесс обращения и погашения закладных;
- 4) регламентирует процесс заключения договора об ипотеке (общие правила, содержание договора) и процесс государственной регистрации ипотеки (основные положения, порядок регистрации);
- 5) устанавливает права и обязанности залогодателя при использовании имущества, заложенного по договору об ипотеке, в частности требования к обеспеченности сохранности имущества, заложенного по договору об ипотеке;
- 6) обрисовывает переход прав собственности, заложенное по договору об ипотеке, к другим лицам и обременение этого имущества правами других лиц.

Таким образом, деятельность кредитных организаций на российском ипотечном рынке регламентируется действующими законодательными актами, регулирующими систему ипотеки.

Ипотечный кредитный портфель, как одна из производных ипотечного кредита, выступает основной параметров ипотечного кредита, то есть суммы, срока, стоимости, валюты, обеспечения, порядка предоставления и погашения.

И, хотя выдача ипотечных кредитов предполагает для банка длительные финансовые вложения, при грамотном взаимодействии с участниками вторичного рынка ценных бумаг первичные кредиторы всегда могут обеспечить достаточный запас ликвидности для ведения своей деятельности путем рефинансирования и секьюритизации ипотечных активов.

Существуют следующие элементы управления ипотечным жилищным кредитным портфелем:

- 1) политика банка в области оценки недвижимого имущества и платежеспособности заемщика;
- 2) политика банка в области обеспечения ипотечных кредитов;
- 3) управление активами и пассивами банка при проведении операций ипотечного кредитования;
- 4) управление доходностью ипотечного кредитного портфеля.

Преимущества ипотеки, где недвижимость является предметом залога:

- 1) недвижимость обладает высокой и стабильной ценой с долгосрочной тенденцией к повышению;
- 2) физическая устойчивость недвижимости – фактор стабильности для кредитора, позволяет оставлять заложенный объект в собственности залогодателя (или других лиц);
- 3) недвижимость является источником погашения задолженности, если допускается эксплуатация заложенной недвижимости в форме аренды или использования для целей бизнеса.

Таким образом, ипотека не только не «омертвляет» имущество, но даже стимулирует его к активному использованию.

Недостатки недвижимости как предмета ипотеки:

- 1) в мировой практике недвижимость не относится к высоколиквидным активам (т.е. на продажу недвижимости требуется время). В связи с этим эффективность ипотечных операций во многом обусловлена уровнем развития рынка недвижимости, что определяет сроки его экспозиции при продаже на торгах. При этом задержка в реализации недвижимости приводит к убыткам кредитора;
- 2) использование недвижимости как предмета залога требует, как правило, привлечения специалистов-оценщиков в этой области для расчета залоговой стоимости недвижимости и оплаты их услуг, что приводит к удорожанию ипотечных операций;
- 3) даже при правильной первоначальной оценке стоимости объекта недвижимости возможны случаи значительных колебаний его стоимости в связи с долгосрочностью кредитования под его залог;
- 4) обращение взыскания на предмет ипотеки влечет за собой прекращение права пользования им заемщиком и членами его семьи [1, с. 11].

#### Литература

1. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть вторая) от 26.01.1996 N 14-ФЗ (ред. от 23.05.2016) [Электронный ресурс] // Информационно-правовая справочная система Консультант.
2. Ипотечное кредитование жилищного строительства: учеб. пос. / С.А. Баронин, В.В. Бочкарев и др.; под общ. ред. С.А. Баронина и др. – М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. – 189 с.
3. Принципы управления портфелем ипотечных кредитов банка / Л.А. Гербич [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://elib.bsu.by/bitstream/123456789/55409/1/Гербич\\_Принципы%20управления.pdf](http://elib.bsu.by/bitstream/123456789/55409/1/Гербич_Принципы%20управления.pdf)

## ТРУДОВАЯ МИГРАЦИЯ НАСЕЛЕНИЯ: СУЩНОСТЬ, КЛАССИФИКАЦИЯ И ОСНОВНЫЕ ПРИЧИНЫ

Международная трудовая миграция по праву признана одним из наиболее общепризнанных явлений в обществе, результаты которого нередко становятся факторами значительного количества дилемматических политических и социальных трудностей по всему миру.

Миграция населения (лат. *migratio* – переселение) – перемещение людей из одного региона (страны) в другой, в ряде случаев большими группами и на большие расстояния.

В Российской Федерации миграционные процессы обычно представляли весомую политическую и социально-экономическую роль. Неслучайно, исследования в области миграционного движения населения традиционно в российской науке занимали отличительное место.

В случае с трудовой миграцией, максимально существенным фактором является представляет собой различие в обеспеченности стран трудовыми ресурсами и в еще большей мере – различия между ними в оплате труда.

Миграция может быть классифицирована по ряду оснований (табл. 1).

Таблица 1

**Классификация миграционных процессов**

Основание классификации	Вид миграции
Территориальный охват	– внутренняя – внешняя (международная)
Соотношение объективных и субъективных факторов миграции	– добровольная – вынужденная (принудительная)
Цель основной деятельности	– трудовая миграция – образовательная миграция – потребительская миграция
Продолжительность миграции	– постоянная (безвозвратная) – временная – сезонная – маятниковая
Соблюдение законодательства	– легальная – нелегальная

Особо популярной из всех вариантов миграции считается трудовая миграция – территориальное перемещение людей независимо от целей, причин, направления и времени пребывания в новом месте жительства с целью занятия трудовой деятельностью.

Трудовая миграция населения непосредственно оказывает как положительное, так и отрицательное воздействие на различные стороны, охватывая экономическую, демографическую, политическую, социальное условие любой страны.

Ханты-Мансийский автономный округ характеризуется положительной миграционной динамикой населения. Текущие обстоятельства свидетельствует о том, что округ представляет собой привлекательным для мигрантов не только из России, но и стран ближнего зарубежья. Пояснить подобную тенденцию в достаточной мере просто: в Югре сформированы условия для комфортного проживания, к которым возможно отнести достаточно высокие доходы на душу населения, большой уровень социальной поддержки семьи и ряд других, имеющих отношение к сфере социальной политики.

Современное трудоспособное население в большинстве своем связано с первой и второй волной миграции (когда Югра была территорией комсомольскихстроек). Многочисленные жители Югры – являются детьми и правнуками первопроходцев. В соответствии с представленными сведениями переписи населения 2010 г., только 31% населения автономного округа является его уроженцами. Миграция не прекращает играть немаловажную значимость в демографическом развитии Ханты-Мансийского автономного округа – Югры, обеспечивая не столько механический прирост, сколько омоложение населения округа, а также наплыв рабочих рук, востребованных в экономике региона [2].

Современная ситуация на миграционном рынке трудовых ресурсов представляется уже не столь динамичной, вместе с тем, миграция осуществляет существенную функцию ротации населения,

снабжая приток мигрантов в молодых трудоспособных возрастах и отток людей пенсионного возраста. Представленная роль миграции может дать возможность поддерживать рациональные для экономики и социальной сферы соотношение между населением трудоспособного и старше трудоспособного возрастов.

Миграционные процессы в ХМАО-Югре носят двусторонне направленную ориентацию: миграционных потоки свойственны как для прибывающих (2011 г. – 75,5 тыс. чел.), так и выбывающих (2011 г. – 66,7 тыс. чел.), что, в свою очередь, свидетельствует о насыщенности миграционных потоков. Миграционный прирост населения автономного округа в 2011 г. составил 8,8 тыс. чел.

Ханты-Мансийский автономный округ – Югра значится стратегическим регионом, в котором сконцентрированы экономические интересы не только Российской Федерации, но и стран зарубежья. По этой причине, поток мигрантов будет продолжать увеличиваться. Следует лишь сосредоточить внимание на квалификацию прибывающего населения. В то же время значительная вовлеченность автономного округа в межрегиональные и международные взаимосвязи увеличивает региональную макроэкономическую нестабильность: нестабильность мировых ресурсных рынков вызывает нестабильность финансовых ресурсов региона, серьезные масштабы привлечения вахтовых работников из других регионов России и иностранной рабочей силы приводят к оттоку денежных средств из округа [3, с. 27].

В течение нескольких лет на рынке труда автономного округа сохраняется несоответствие между спросом и предложением специалистов. Причины этого кроются, в недостаточно своевременной реакции системы профессионального образования на изменившиеся требования рынка, нехватке маркетингового подхода к управлению деятельности многих образовательных организаций, в качестве подготовки конкретной доли выпускников профессиональных образовательных организаций и образовательных организаций высшего образования, не отвечающей требованиям производства.

Неудовлетворительный спрос работодателей на рынке труда, а также невозможность использования российских трудовых ресурсов из-за несоответствия спроса и предложения рабочей силы (несоответствие профессиональной структуры безработных граждан и имеющихся вакансий), побуждало и побуждает работодателей использовать для работы иностранных граждан.

Для наиболее действенного использования труда вахтовых трудовых мигрантов из других регионов страны и зарубежных стран очень важно создание модели цивилизованной вахтовой миграции, миграционной инфраструктуры, отражающей наличие:

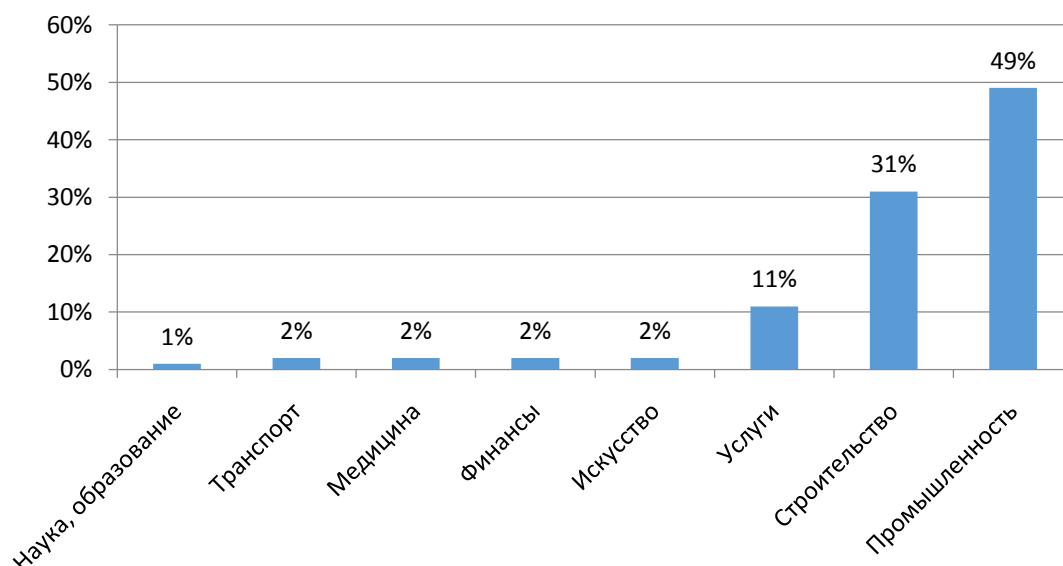
- маршрутов межрегиональных и внутрирегиональных транспортных перевозок мигрантов и поселения вахтовиков;
- крупногородских поселений (опорного каркаса) и «факторий», где бы могло обеспечиваться высокое качество отдыха и досуга временных мигрантов/вахтовиков;
- системы оргнабора работников – граждан России и иностранцев;
- системы профобразования «на месте» (обучение квалифицированным рабочим профессиям).

Необходимы действия как по социально-экономической, так и по этно-культурной интеграции мигрантов в принимающий социум, что потребует скоординированных усилий федеральных, региональных и местных органов власти в совместной работе с неправительственными организациями [1].

Координация мер в сфере миграционной политики с пространственным развитием автономного округа полагает необходимость выделения перспективных территорий автономного округа, где поддерживается постоянное население, и территорий, в которых делается ставка на временную, вахтовую миграцию, ее сервис и управление [3, с. 73].

Основные сферы занятости мигрантов в ХМАО-Югре представлены на рисунке.





**Рис. 1. Сферы занятости мигрантов в ХМАО–Югре**

В настоящее время существует два основных вида разрешительных документов, позволяющих иностранным работникам официально трудоустроиться в Российской Федерации: разрешение на работу и патент. Помимо этого, некоторые категории мигрантов имеют право официально работать без разрешительных документов: это временно или постоянно проживающие в Российской Федерации иностранцы (имеющие разрешение на временное проживание – РВП либо вид на жительство – ВНЖ).

На первом месте стоят экономические обстоятельства трудовой миграции. Мигрантов вынуждают отправляться за рубеж в поисках заработка. Далеко не каждое правительство берет на себя меры регулирования трудовой миграции на государственном уровне, по этой причине решение представленной проблемы появится еще не скоро.

Трудовые мигранты прибывают в ХМАО–Югру, из разных стран: как из стран СНГ, так из стран Дальнего зарубежья. В таблице 2 показано распределение мигрантов по странам прибытия за последние 3 года.

**Таблица 2**

**Распределение мигрантов, прибывших в ХМАО–Югру по странам прибытия**

Страна гражданства	2013 г., тыс. чел.	2014 г., тыс. чел.	2015 г., тыс. чел.	Изменения %
Страны СНГ	7,2	7,1	9,0	25,0
Страны Балтии	0,4	0,3	0,3	-25,0
Страны Дальнего зарубежья	0,9	1,0	1,1	22,2
Всего	8,5	8,4	10,4	22,4

Согласно данным таблицы 2, основная доля трудовых мигрантов, прибывших из других стран приходится на прибывших из стран СНГ. Их количество за рассматриваемый период увеличилось на 25% и составило в 2015 году 9,0 тыс. чел. Миграционный прирост преимущественно составили граждане, прибывшие из Украины, Армении, Киргизии, Узбекистана, Молдовы, Таджикистана, Туркменистана.

Количество трудовые мигранты из стран Балтии снизилось по сравнению с 2013 годом на 25,0%.

Так же приезжают в ХМАО–Югру и граждане из стран дальнего зарубежья, в сравнении с 2012 годом их число увеличилось на 22,2%.

К отрицательным аспектам трудовой миграции в ХМАО–Югре следует отнести осложнение ситуации на рынке рабочей силы, усиление конкуренции за рабочие места, рост нагрузки на социальную инфраструктуру региона, проявление негативного отношения местных жителей к мигрантам в целом.

#### **Литература**

1. Петрова В.С. Диверсификация моногородов как способ устойчивого развития региона / В.С. Петрова // Научно-методический электронный журнал Концепт. 2016. № S4. С. 26–30.

2. Петрова В.С. Проблемы устойчивого регионального развития / В.С. Петрова // Культура, наука, образование: проблемы и перспективы: Материалы V Международной научно-практической конференции / Отв. ред. А.В. Коричко. 2016. С. 321–324.

3. Распоряжение Правительства ХМАО-Югры № 101-рп от 22 марта 2013 года «О Стратегии социально-экономического развития Ханты-Мансийского автономного округа – Югры до 2020 года и на период до 2030 года».

**УДК 338.1**

***Е.Ю. Комаристая, студент***

*Научный руководитель: Е.Н. Леяхова, канд. социол. наук, доцент  
г. Ставрополь, Северо-Кавказский федеральный университет*

## **УПРАВЛЕНИЕ ДЕНЕЖНЫМИ ПОТОКАМИ КАК ЭФФЕКТИВНЫЙ ИНСТРУМЕНТ ФИНАНСОВОЙ СИСТЕМЫ ПРЕДПРИЯТИЯ**

В современных условиях хозяйствования у предприятия возникает необходимость в эффективном управлении и рациональном распределении денежных средств, а также в осмыслении, обосновании и использовании на практике современных методов управления денежными потоками, с целью повышения эффективности функционирования предприятия.

Управление денежными потоками предприятия является одним из важнейших инструментом, применяемых в деятельности любого предприятия. Эффективно организованные финансовые потоки выступают ведущим звеном финансовой системы организации. Хотя хозяйственная деятельность любого предприятия сопровождается движением денежных средств, это вовсе не говорит о существовании на предприятии системы управления денежными потоками. Именно знание и практическое применение современных принципов, механизмов и методов эффективного управления денежными потоками способно обеспечить непрерывный процесс производства и реализации продукции, получение прибыли, повысит интенсивность осуществления хозяйствующих операций и позволит самостоятельно финансировать деятельность предприятия и не прибегать к привлечению сторонних кредиторов [1, с. 134].

Денежный поток организации – это совокупность поступлений (притоков) и выплат (оттоков) денежных средств за определенный период времени. Другими словами – это движение денежных средств, которое распределено во времени и пространстве. Правильное использование данного инструмента позволит организации более продуктивно и экономно распоряжаться собственными финансовыми ресурсами, формируемыми из внутренних источников, и снизить зависимость темпов развития предприятия от привлекаемых кредитов [2, с. 137].

Денежные средства являются одним из наиболее ограниченных ресурсов, в связи с этим успех функционирования предприятия в большинстве случаев определяется способностью менеджмента организации рационально распределять и использовать их. Для эффективного управления денежными потоками важно знать какова его величина на определенный период времени, его структура, а также виды деятельности, которые создают соответствующие элементы потока и механизмы их формирования. В связи с этим необходимым инструментом управления денежными потоками организации является отчет о движении денежных средств. Он формируется, как правило, на основе бухгалтерской информации либо данных, которые содержатся в балансе и отчете о прибылях и убытках, но поскольку он напрямую не связан с учетной политикой предприятия, то он является наиболее объективным.

На практике наиболее распространенными методами расчета денежных потоков предприятия являются прямой, косвенный методы, а также метод ликвидного денежного потока [3, с. 68].

Управление денежными потоками представляет собой одно из наиболее важных направлений деятельности предприятия. Именно отлаженная система управления денежными потоками позволит обеспечить финансовое равновесие предприятия в ходе его хозяйственной деятельности путем установления баланса между поступлениями и расходованием денежных средств и их синхронизацией во времени.

Проведем анализ денежных потоков предприятия на примере ПАО «Газпром», основной целью деятельности которой является организация эффективной работы и получение прибыли в сфере обеспечения отечественных и зарубежных потребителей газом, газовым конденсатом, нефтью и продук-

тами их переработки на основе прямых договоров, а также в сфере обеспечения поставок газа за пределы России по межгосударственным и межправительственным соглашениям.

Информационной основой анализа денежных средств ПАО «Газпром» послужил отчет о движении средств предприятия, представленный в таблице 1.

Таблица 1

**Отчет о движении денежных средств, млн руб. [4, 5, 6, с. 70–75]**

Показатель	Годы		
	2013	2014	2015
1. Остаток денежных средств на начало года	120666	380231	725100
2. Поступление денежных средств – всего, в том числе:	5103172	5531468	5397143
– по текущей деятельности	4602153	4896360	4728851
– инвестиционной деятельности	124834	421416	358534
– финансовой деятельности	376184	213691	309758
3. Расходование денежных средств – всего, в том числе:	4856072	5249971	5660173
– по текущей деятельности	3394697	3523294	4049555
– инвестиционной деятельности	1123280	1027361	1037076
– финансовой деятельности	338094	699315	573542
4. Чистый денежный поток – всего, в том числе	247099	281496	-263029
– по текущей деятельности	1207455	1373065	679296
– инвестиционной деятельности	- 998446	- 605945	-678541
– финансовой деятельности	38090	- 485623	-263784
5. Остаток денежных средств на конец года	380231	725100	506793

Данная таблица наглядно показывает нам, что в структуре поступлений наибольший удельный вес приходится на текущую деятельность, доля которой варьируется в пределах от 90,2% в 2013 г. до 88,2% в 2015 г., что говорит о снижении поступлений денежных средств от текущей деятельности в отчетном году на 2%. Поступления от инвестиционной и финансовой деятельности имеют меньшую долю – 9,8% в 2013 г. и 12,3% в 2015 г. Аналогичная ситуация наблюдается и в структуре расходов. Наибольший удельный вес приходится на текущую деятельность: 70,1% в 2013 г. с незначительным увеличением до 71,5% в 2015 г. [4, с. 70]. Также в результате осуществления коммерческой деятельности в 2015 г. предприятие существенно уменьшила объем денежной массы в части поступления и увеличила объем расходования денежных средств. Данную ситуацию можно оценить отрицательно, поскольку она является следствием снижения масштабов производства и реализации продукции. Отрицательным является и тот момент, что в 2015 году отток денежных средств превышает их приток, что говорит нам об отрицательном денежном потоке.

Также в 2015 г. снизился свободный денежный поток по сравнению с 2014 г. на 12075 млн руб., это говорит об уменьшении избыточных денежных средств, которые сгенерировала компания, что в свою очередь приведет к сокращению выплат акционерам и уменьшит возможности инвестировать в новые проекты. Что касается финансовой деятельности, то в 2014 г. по сравнению с 2013 г. долговая нагрузка значительно снизилась 147726 млн руб., однако в 2015 году наблюдается рост долговых обязательств на 111282 млн руб. Обобщенная информация о движении денежных средств косвенным методом на анализируемом предприятии представлена в таблице 2.

В процессе своей деятельности предприятие в 2015 году получило чистую прибыль в размере 403522 млн руб. Однако данная ситуация сложилась на фоне отрицательного денежного по финансово-хозяйственной деятельности предприятия. В результате был получен отрицательный денежный поток в размере 218127 млн руб. Это было связано с оттоком денежных средств на пополнение запасов на сумму 48426 млн руб., а также увеличением дебиторской задолженности на 555834 млн руб. Кроме того отток денежных средств произошел вследствие направления денежных средств на инвестиционную деятельность.

Таблица 2

## Отчет о движении денежных средств ПАО «Газпром» (косвенный метод), млн руб. [4, 5, 6, с. 70–75]

Показатель	Год		
	2013	2014	2015
<b>I. Движение денежных средств от операционной деятельности</b>			
Чистая прибыль	628311	188980	403522
Корректировки:			
Начисленная амортизация	+508084	+532497	+630243
Изменение запасов	-51522	-89180	-48426
Изменение дебиторской задолженности	-95711	+159730	-555834
Изменение кредиторской задолженности	+4300	+86622	+32183
Чистый денежный поток от операционной деятельности	403850	689669	461687
<b>II. Движение денежных средств по инвестиционной деятельности</b>			
Использование начисленной амортизации	-508084	-532497	-63024313
Приобретение и реализация основных средств	-119609	-53588	-131653501
Финансовые вложения	-236467	-11759	-177631985
Чистый денежный поток от инвестиционной деятельности	-864161	-597845	-939528799
<b>III. Движение денежных средств от финансовой деятельности</b>			
Долгосрочные обязательства	243249	458558	381901
Краткосрочные обязательства	129318	100769	36565
Дивиденды выплаченные	-281002	-495262	-158752
Чистый денежный поток от финансовой деятельности	91565	64064	259713
Чистый денежный поток от финансово-хозяйственной деятельности	259565	344869138	-218127495
Денежные средства на начало года	120666	380231	725100
Денежные средства на конец года	380231	725100	506973

По текущей деятельности в отчетном году наблюдается превышение притока над оттоком. Дополнительный приток денежных средств в рамках текущей деятельности был обеспечен за счет увеличения кредиторской задолженности (32183 млн руб.). Инвестиционная деятельность привела к оттоку денежных средств в размере 939528 млн руб. В финансовой деятельности ситуация иная, здесь мы видим положительный денежный поток. Это прежде всего связано с привлечением долгосрочных и краткосрочных кредитов. Однако, на конец отчетного года предприятие имеет отрицательный денежный поток. В итоге мы получаем, уменьшение денежной массы на конец 2015 года.

Важным моментом анализа денежных потоков является оценка их сбалансированности во времени, т.е. отклонений разнонаправленных денежных потоков в отдельные временные промежутки. В данном случае надо исходить из критерия минимизации возможных отклонений (колебаний) значений притока и оттока денежных средств. Для установления степени синхронности (сбалансированности) денежных потоков за анализируемый период используется коэффициент корреляции положительных и отрицательных денежных потоков.

Следовательно, по данной годовой отчетности ПАО «Газпром» за 2013–2015 гг. произведен расчет коэффициента корреляции положительных и отрицательных денежных потоков. В результате расчета значение коэффициента корреляции положительных и отрицательных денежных потоков составило 0,02561. Данное значение значительно меньше 1, что указывает на большой разброс колебаний между значениями положительных и отрицательных денежных потоков, а, следовательно, возрастает риск возникновения неплатежеспособности. В связи с этим, на предприятии необходимо провести ряд мероприятий по синхронизации денежных потоков.

Таким образом, на основании полученных результатов можно сделать вывод о снижении эффективности управления денежными средствами на предприятии, поскольку мы видим отток денежных средств за период. Кроме того наблюдается дисбаланс между значениями положительного и отрицательного денежных потоков, а это сигнализирует о возможной неплатежеспособности. Поэтому необходимо принять определенные меры по нейтрализации возникших проблем, чтобы в дальнейшем стабилизировать сложившуюся обстановку на предприятии.

Для устранения возникших проблем мы предлагаем такие пути решения как: факторинг дебиторской задолженности, применение «Системы ускорения – замедления платежного оборота» (или «Системы лидс энд лэгс»), с целью сокращения разрыва между притоками и оттоками денежных средств, тщательный контроль на основе сценарного анализа за отбором инвестиционных проектов, также внедрение программы «Бережливое производство».

Эффективно выстроенная политика управления денежными потоками позволит поддержать финансовое равновесие организации в процессе его хозяйственной деятельности и создаст необходимые условия для самостоятельного финансирования деятельности, не прибегая к привлечению сторонних источников финансирования.

#### Литература

1. Ионова Ю.Г. Финансовый менеджмент: учебник [Текст] / Ю.Г. Ионова. – М.: Московский финансово-промышленный университет «Синергия», 2015. – 288 с.
2. Кириченко Т.В. Финансовый менеджмент: учебник [Текст] / Т.В. Кириченко. – М.: Дашков и К, 2014. – 484 с.
3. Красина Ф.А. Финансовый менеджмент: учебное пособие [Текст] / Ф.А. Красина. – М.: Томский государственный университет систем управления и радиоэлектроники, 2012. – 200 с.
4. Годовая бухгалтерская отчетность ПАО «Газпром» за 2013 год [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.gazprom.ru/f/posts/52/479048/gazprom-accounting-report-2013.pdf>
5. Годовая бухгалтерская отчетность ПАО «Газпром» за 2014 год [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.gazprom.ru/f/posts/16/616270/gazprom-accounting-report-2014.pdf>
6. Годовая бухгалтерская отчетность ПАО «Газпром» за 2015 год [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.gazprom.ru/f/posts/26/228235/gazprom-accounting-report-2015.pdf>

УДК 331

**А.А. Кондакова, студент**

*Научный руководитель: И.А. Волкова, д-р экон. наук, профессор  
г. Нижневартовск, Нижневартовский государственный университет*

### ТЕКУЧЕСТЬ КАДРОВ: ПРИЧИНЫ И РЕКОМЕНДАЦИИ

В условиях характерного для России кризисного положения остро ощущается проблема безработицы и связанная с ней проблема текучести кадров. Поскольку кадры – важнейший ресурс, эта проблема характерна как для низкорентабельных, так и эффективно функционирующих предприятий. Данная ситуация не является новой, ее исследованием занимаются ученые и практики уже на протяжении долгого времени, такие как: Е.Г. Антосенков, В. Свистунов, А.В. Скавитин, А.Я. Кибанов, Ю.Г. Одегов, Л.Р. Котова, Ю.Ю. Соловьева и другие [1; 2; 5; 6]. По мнению большинства ученых, главной причиной высокого уровня текучести кадров является неудовлетворенность работников уровнем заработной платы, но отмечаются и другие причины: плохая организация деятельности работника, высокий уровень конфликтов, неграмотный руководитель, а также личные обстоятельства сотрудников.

Целью исследования является выявление причин текучести кадров среди уволенных сотрудников на одном из предприятий города Нижневартовска. Полученная информация необходима для дальнейшего анализа с целью разработки мероприятий по оптимизации уровня текучести кадров. Исследование проводилось в период с 2015 по 2017 год. Изучение причин текучести кадров базировалось на авторской анкете и проводилось путем личного интервью. В целях обработки данных использовался продукт MS Excel. В исследовании приняли участие сотрудники предприятия, которые находятся на стадии увольнения. Объем выборочной совокупности составил 20%.

Среднесписочная численность персонала на исследуемом предприятии по состоянию на 2016 год составила 717, в 2015 году – 745 человек. При этом в 2016 году количество выбывших сотрудников составило 74 человека. Данные о движении персонала (рисунок 1) свидетельствует о том, что на протяжении 2015–2016 гг. наблюдается значительное превышение коэффициента оборота по выбытию по сравнению с коэффициентом оборота по приему. Кроме того, коэффициент стабильности кадров в 2016 году увеличился на 1%, коэффициент текучести кадров снизился на 1,5% по сравнению с предыдущим периодом и составил 35,4%. Однако для производственной сферы деятельности предприятия допустимым считается уровень текучести в пределах 10–20% [3], что свидетельствует о наличии повышенного уровня текучести на предприятии и требует вмешательства.

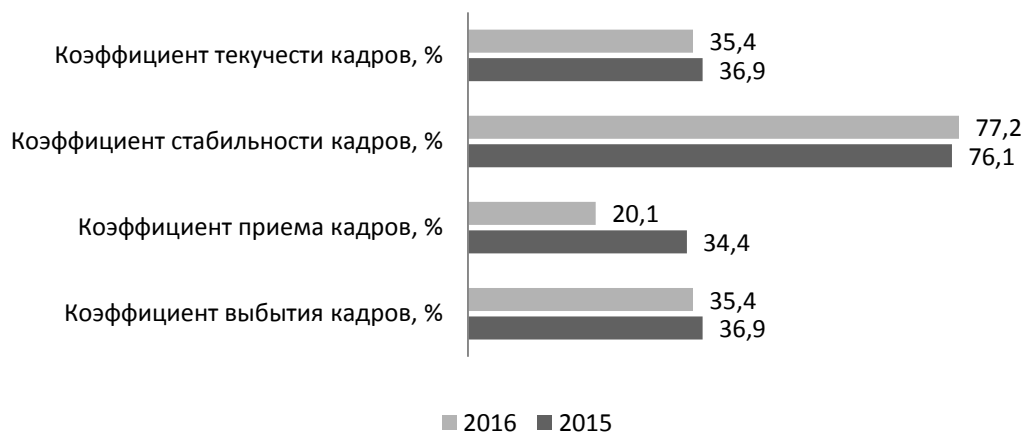


Рис. 1. Структура показателей движения персонала предприятия

Как утверждают исследователи и подтверждает практика, текучесть кадров выражается не только в отрицательных изменениях, она способствует обновлению коллектива, оптимизирует работу кадров и прочее [5]. Следствием излишней текучести кадров выступает: снижение производительности, ухудшение морального климата, повышение затрат на поиск нового сотрудника, что в совокупности ухудшает уровень конкурентоспособности предприятия и приводит к снижению его прибыли. Для исследуемого предприятия характерна высокая текучесть кадров, а также недостаток категории рабочего персонала, что является проблемой.

В качестве исследования, направленного на выявление уровня текучести кадров, автором предложена анкета, состоящая из семи вопросов, направленных на выяснение наиболее опасных факторов, вызывающих текучесть кадров. Анкета состоит из двух блоков: первый блок позволяет выявить наиболее опасные факторы текучести; второй блок характеризует респондента. Цель такого распределения – отследить, какая причина характерна для работника в зависимости от стажа работы, возрастной группы и гендерной принадлежности.

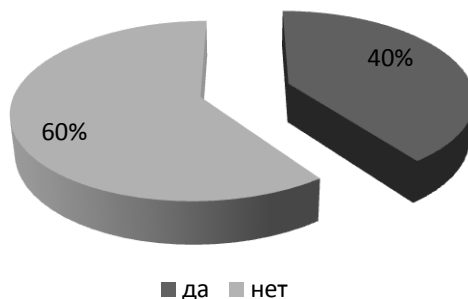
Первый блок анкеты учитывает две группы направленности работника: степень удовлетворенности работой на предприятии и выяснение непосредственных причин увольнений.

Так, на вопрос «Как вы оцениваете свой вклад в развитие предприятия при работе на нем?» (рис. 2) порядка 50% респондентов считают, что его недооценили, и лишь 15% сожалеют о своем уходе.



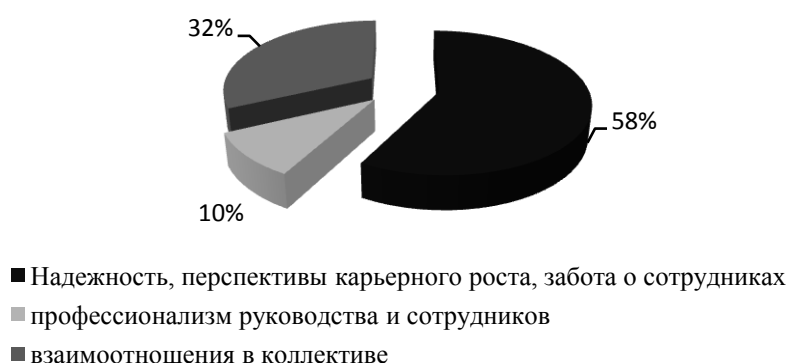
Рис. 2. Структура ответов респондентов на вопрос «Оцените свой вклад в развитие предприятия»

При этом на вопрос «Соответствовала ли работа на предприятии Вашим ожиданиям?» (рис. 3) 60% респондентов ответили отрицательно.



**Рис. 3. Структура ответов респондентов на вопрос «Соответствовала ли работа на предприятии Вашим ожиданиям?»**

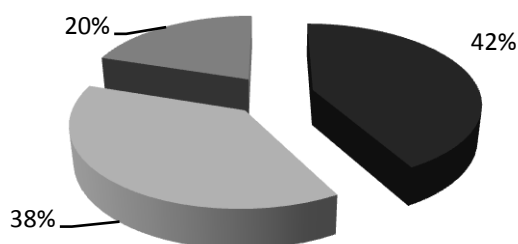
Вопрос, направленный на выяснение характеристик предприятия, ценных для сотрудников, показал следующие результаты (рис. 4).



**Рис. 4. Структура ответов респондентов на вопрос «Что, по-вашему, наиболее ценно на предприятии?»**

Порядка 60% сотрудников считают, что надежность предприятия, перспективы карьерного роста и забота о сотрудниках является наиболее важными характеристиками. В то время как профессионализм руководителя важен лишь для 10% респондентов.

С целью создания положительного имиджа предприятия, необходимо заботиться не только о работающих сотрудниках, но и об увольняющихся. Именно на выяснение того, необходима ли помощь бывшему сотруднику в анкетировании был включен вопрос «Чем Вы будете заниматься после увольнения с предприятия?», ответы на который представлены на рисунке 5.



- у меня уже есть предложение с нового места работы
- у меня уже есть предложение с нового места работы
- предложений о работе нет, но я быстро найду новую

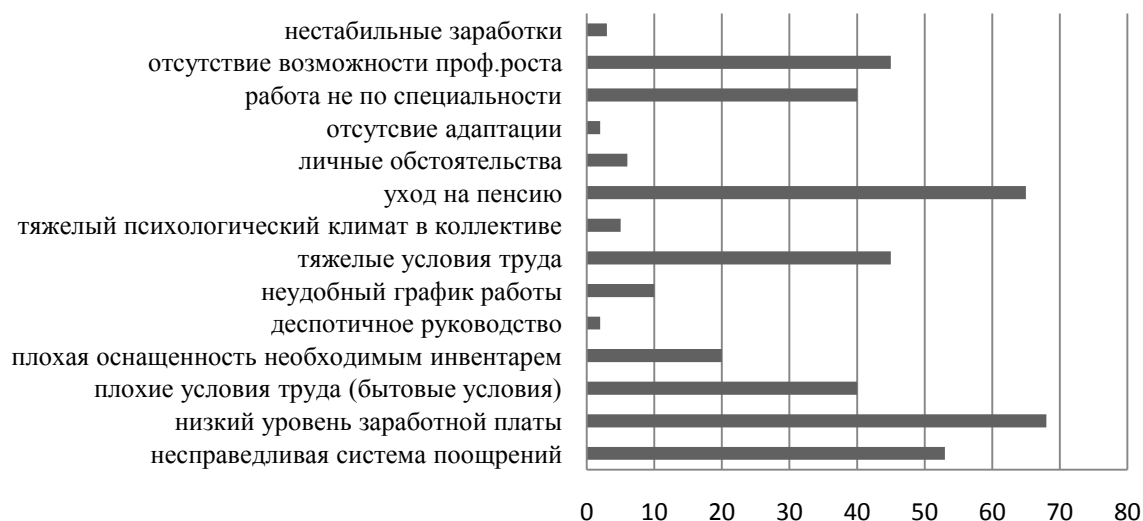
**Рис. 5. Структура ответов респондентов на вопрос «Чем Вы будете заниматься после увольнения с предприятия?»**

По результатам исследования видно, что порядка 40% уволившихся уже имеют предложение о работе, в то время как 20% – не знают, что будет дальше. Это свидетельствует о том, что часть сотрудников увольняются, не имея предложений о новом месте работе, что является отрицательным

моментом, характеризующим управленческий процесс и свидетельствующий о недовольстве работников организацией труда на данном предприятии.

Таким образом, по результатам первого блока анкеты, можно отметить, что порядка 60% сотрудников недовольны внутренней организацией трудовой деятельности, при этом 48% вовсе считают, что его недооценили. В результате, около 50% респондентов приняли решение об увольнении, не имея предложений о новом месте работы. Такие показатели свидетельствуют о недостаточно развитой системе заботы, низкой приверженностью, а также отсутствием политики продвижения сотрудников на предприятии, что, по мнению сотрудников, является наиболее важными показателями (рис. 4).

Вторая группа вопросов направлена на непосредственное выяснение причин увольнений сотрудников. Данную группу вопросов рекомендовано рассматривать в совокупности со вторым блоком анкеты. Результаты исследования представлены на рисунках 6 и 7.



**Рис. 6. Структура причин увольнений сотрудников с предприятия**

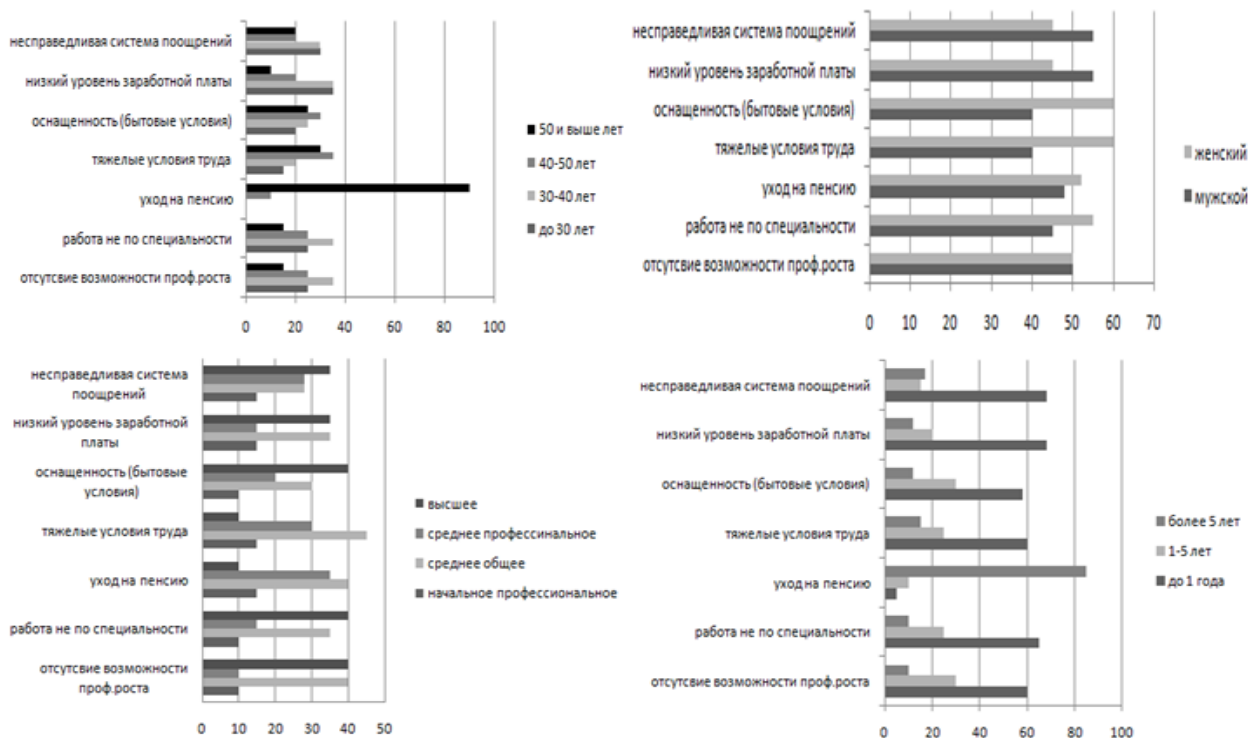
Результаты анкетирования показали, что наиболее распространенными причинами увольнения являются: низкий уровень оплаты труда, уход на пенсию, несправедливая система поощрений, отсутствие возможности профессионального роста, плохая оснащенность офиса (бытовые условия) и тяжелые условия труда.

Была определена взаимосвязь причин увольнения с возрастом сотрудников, уровнем образования, гендерной принадлежностью, а также стажем работы на предприятии (рис. 7).

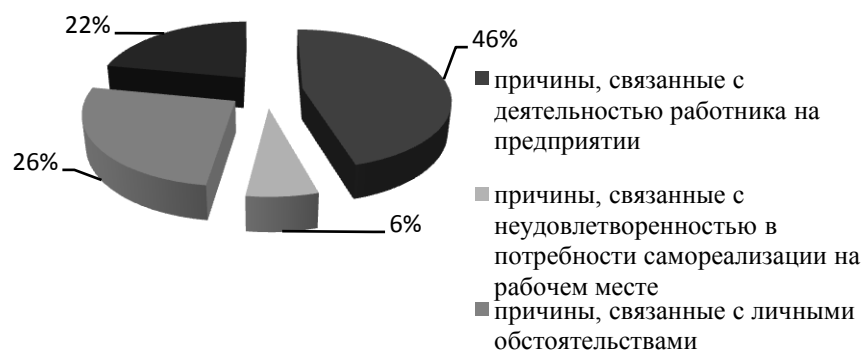
Таким образом, видно, что в целом причины увольнений не имеют прямой зависимости от исследуемых показателей. Однако такой показатель как стаж работы, позволяет говорить о том, что больше всего увольнений происходит в первый год работы сотрудников, что говорит об отсутствии грамотной политики оценки и отбора кандидатов. Кроме того, для представителей сотрудников в возрасте до 50 лет наиболее весомыми факторами вызывающими увольнение является отсутствие возможности карьерного роста, а также уровень заработной платы. Для сотрудников более зрелого возраста важным фактором является недовольство системой поощрения, тяжелые условия труда, а также уход на пенсию.

В результате проведенного исследования была составлена сводная диаграмма, отражающая сферу факторов, на которую руководителю предприятия необходимо обратить особое внимание (рис. 8).





**Рис. 7. Структура причин увольнений сотрудников в зависимости от возраста, гендерной принадлежности, стажа работы и уровня образования**



**Рис. 8. Структура основных причин увольнения сотрудников**

Исходя из представленной диаграммы, очевидно, что сотрудники не удовлетворены в большей степени аспектами, связанными с непосредственным процессом организации их деятельности на предприятии (уровень оплаты труда, режим работы, инфраструктура рабочего места и прочее), а также внутренней средой и функцией организации. По результатам полученной информации основными рекомендациями руководству является разработка комплексной системы управления текучестью кадров на предприятии, которая должна включать:

1. Введение систематической процедуры выявления и анализа мотивов увольнений сотрудников и ведение статистики причин.
2. Проведение систематического анализа показателей движения кадров в целом по предприятию, а также по категориям сотрудников и подразделениям.
3. Разработка эффективной системы отбора и адаптации персонала.
4. Совершенствование существующей политики поощрений.
5. Совершенствование организации трудовой деятельности, направленной на процесс распределение объема работ, а также улучшение условий труда.
6. Применение разработанной анкеты увольняющегося сотрудника.

7. Выявление потенциального уровня текучести кадров, а также потенциальных причин увольнений.
8. Организация помощи увольняющимся сотрудникам.

#### **Литература**

1. Антосенков Е.Г. Тенденции в текучести рабочих кадров: Динамический аспект / Е.Г. Антосенков, З.В. Куприянов. – Новосибирск: Издательство «Наука», 1977. – 256 с.
2. Кибанов А.Я. Управление персоналом: Энциклопедический словарь / Под ред. А.Я. Кибанова. – М.: ИНФРА-М, 1998. – 378 с.
3. Никифорова Л. Анализируйте текучесть персонала, и вы много узнаете о компании // Кадровое дело. – 2013. – № 2. – С. 48–59.
4. Одегов Ю.Г. Оценка эффективности работы с персоналом: методологический подход: уч.-практ. пособие / Ю.Г. Одегов, К.Х. Абдурахманов, Л.Р. Котова. – М.: Издательство «Альфа-Пресс», 2011. – 752 с.
5. Свистунов В. Современные подходы к оценке текучести персонала / В. Свистунов, М. Тюленева // Кадровик. Кадровый менеджмент. – 2009. – № 6.
6. Скавитин А.В. Методические подходы к управлению текучестью кадров // Кадры, персонал. – 2011. – № 6. – С. 54–61.

**УДК 338.49**

***А.А. Коркина, студент***

*Научный руководитель: Г.А. Нарожная, канд. экон. наук, доцент  
г. Ставрополь, филиал Московского технологического университета МИРЭА*

## **ПЕРСПЕКТИВЫ МАЛОГО БИЗНЕСА В СТРОИТЕЛЬНОЙ ОТРАСЛИ**

Согласно законодательству Российской Федерации к предприятиям малого бизнеса относят коммерческие организации с численностью от 30 чел. (розничная торговля, бытовое обслуживание населения) до 100 чел. (промышленность, строительство, транспорт).

Изучение статистических данных приводит к выводу, что малые предприятия и микропредприятия строительной отрасли составляют одну из основных отраслей малого бизнеса в России. В основном деятельность предприятий малого бизнеса в строительстве сосредоточена в сфере субподрядных работ: устройство внутридомовых сетей, монтаж отопительного и вентиляционного оборудования, электромонтажные, кровельные, отделочные и другие виды работ, которые крупный застройщик может доверить небольшим компаниям при условии соблюдения сроков и качества.

Существует ряд проблем с которыми сталкиваются предприниматели при входе на строительный рынок. Основной из них является дефицит первоначального капитала, влекущий за собой достаточно долгий процесс развития фирмы, отсутствие возможности привлечения достаточного количества высококвалифицированного персонала и, как следствие, высокие риски.

Из общего количества зарегистрированных предприятий малого бизнеса на долю строительных предприятий приходится 11,9% в 2015 году, при этом данный показатель имеет тенденцию к росту: в 2010 году он составлял 11,1%. Количество предприятий малого бизнеса строительной сферы уступает лишь сфере торговли, в которой зарегистрировано более 40% всех предприятий малого бизнеса.

В России на начало 2016 г. функционировало 235,4 тыс. строительных организаций, из них 227,5 тыс. субъектов малого предпринимательства, из которых 84,8% составляют микропредприятия. В 2015г. наблюдался рост числа действующих строительных организаций по сравнению с предыдущим годом на 3,8% в основном за счет разукрупнения и создания микропредприятий [1].

Малые строительные предприятия неравномерно распределены по территории Российской Федерации. На конец 2015 г. около двух третей малых строительных предприятий (без микропредприятий) работали в Центральном (31,7% от общего количества), Приволжском (20,0%) и Северо-Западном (13,6%) федеральных округах.

Наибольшее распространение малые строительные предприятия получили в Москве (13,5% от их общего количества), Санкт-Петербурге (7,9%), Московской области (4,7%), Краснодарском крае (4,0%), Тюменской (3,8%), Свердловской областях (3,1%), Республике Татарстан (2,9%) [2].

Основные показатели деятельности предприятий малого бизнеса в строительстве приведены в таблице.

Таблица 1

**Основные показатели деятельности малых строительных предприятий**

Показатели	2015 г.	I полугодие 2016 г.
Среднесписочная численность работников (без внешних совместителей), тыс. человек	860,1	675,2
Средняя численность внешних совместителей, тыс. человек	37,0	23,4
Средняя численность работающих по договорам гражданско-правового характера, тыс. человек	25,3	18,3
Отгружено товаров собственного производства, выполнено работ и услуг собственными силами, млрд рублей	1788,3	653,1

Деловая активность строительных организаций снижается, о чем свидетельствует уменьшение индекса предпринимательской уверенности, который составил 16%. В качестве основных причин, вызвавших данный результат, представители малого бизнеса строительной отрасли называют высокий уровень налогов (37% опрошенных), высокая стоимость материалов, конструкций, изделий (33%) и неплатежеспособность заказчиков (31%). Кроме того, экономический кризис в стране вызвал недостаток заказов на работы (28%) [2; 3].

Следует отметить, что именно из-за высокого уровня налогов и ставок по кредиту экономика большинства малых предприятий не может выйти из кризисного состояния. Не стоит забывать и о росте цен на факторы производства, уровень инфляции, возможность доступа к земельным участкам под застройку, все это искажает условия конкурентной борьбы, оказывают влияние на сроки строительства объекта. Во многих муниципальных образованиях территории под застройку не обеспечены необходимой инфраструктурой, что повышает стоимость «входного билета» для застройщика.

Отсутствие генеральных планов не дает возможности определить муниципальному образованию, как он будет развивать территорию для дальнейшего строительства. Таким образом, существуют многие факторы, создающие проблемы, которые отражаются на числе заказов малых предприятий на выполнение строительных и ремонтных работ.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что сложившиеся в настоящее время финансовые условия неблагоприятно влияют на перспективы развития малого и среднего предпринимательства в строительной сфере, а существующая экономическая ситуация не мотивирует к предпринимательской работе. Однако строительные организации могут выполнять больше объемов работ, чем предлагает рынок, что является важным показателем в дальнейшем успешном развитии отрасли.

В последнее время все чаще отмечается со стороны руководителей предприятий строительного бизнеса вопрос о недостатке квалифицированных трудовых ресурсов, причем как высшего звена, так и рабочих специальностей. Существующая система подготовки специалистов среднего профессионального звена не отвечает современным требованиям строительного бизнеса. Поскольку успех каждого предприятия находится в зависимости от сложившегося состава высококвалифицированного трудового коллектива, возникает необходимость пересмотра и совершенствования трудовой политики предприятий малого и среднего бизнеса.

Без инфраструктуры малого и среднего бизнеса невозможно успешное рыночное обустройство экономики, а для ее развития необходима эффективная поддержка со стороны государства, которая должна выражаться в основательно продуманной государственной программе содействия. Как известно, предпринимательская деятельность наиболее активно развивается в условиях благоприятного инвестиционного климата, проявляющегося в создании благоприятных и безопасных условий для развития предпринимательства и содержать в себе правовое регулирование, специальные институты, финансово-кредитное и налоговое стимулирование [4].

С этой целью разработана и утверждена целевая программа «Развитие жилищного строительства в 2015-2020 годах», которая позволит устранить существующие проблемы в строительстве, и будет содействовать развитию малого предпринимательства в строительстве.

Как показывает мировой опыт, именно малое предпринимательство является одним из эффективных направлений стимулирования инновационной деятельности населения, которое способствует привлечению предприимчивых людей в работу, сопряженную со стремительным развитием отрасли малого инновационного бизнеса как основы для развития региона.

Усилия законодательной и исполнительной власти, предпринимателей, управляющих, научных деятелей должны быть сосредоточены на ликвидации препятствий между малыми предприятиями и инновациями. Данная проблема возникает вследствие недоступности кредитных ресурсов для малого бизнеса, а также их незначительной ресурсной база и несовершенством патентного законодательства. Для решения данной проблемы необходимо совершенствование рыночного механизма управления

и планомерное осуществление комплекса мероприятий, что даст возможность со временем сформировать условия, чтобы малый бизнес полноценно начал «работать» в инновационной сфере.

#### Литература

1. Малое и среднее предпринимательство в России. 2015: Стат. сб. / Росстат. – М., 2015. – 96 с.
2. Медведева В.Н. О строительном комплексе Ставропольского края / В.Н. Медведева, А.Н. Алтухов // Актуальные проблемы современной науки: сб. статей. – Ставрополь, 2015.
3. Строительство в России-2016: Стат. сб. [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.gks.ru>
4. Стешина А.В., Алтухов А.Н., Медведева В.Н. Роль малого бизнеса в строительной отрасли // Прошлое, настоящее и будущее российской цивилизации: Материалы всероссийской научно-практической конференции. – Ставрополь, 2015.

УДК 65.012.613

**А.С. Корчагина, студент**

*Научный руководитель: И.А. Волкова, д-р экон. наук, профессор  
г. Нижневартовск, Нижневартовский государственный университет*

## СОВРЕМЕННЫЕ ПОДХОДЫ К ОРГАНИЗАЦИОННОЙ КУЛЬТУРЕ

Во внешней и внутренней окружающей среде организации происходит достаточно много изменений, и именно организационная культура помогает ей адаптироваться к этим изменениям путем корректирования деятельности организации. Организационная культура концентрирует внимание на главных направлениях, определяемых в соответствии с миссией и целями организации, создает ту атмосферу в организации, которая увеличивает производительность труда и приводит к успеху.

В настоящее время существует достаточно много определений организационной культуры. Каждый автор стремится дать свое определение этому понятию. Встречаются определения как более узкого, так и более широкого толкования того, что представляет собой организационная культура.

Таблица 1

### Определения понятия «Организационная культура»\*

Автор, источник	Организационная культура
Виханский О.С., Наумов А.И. [2, с. 465]	Это набор наиболее важных предположений, принимаемых членами организации и получающих выражение в заявляемых организацией ценностях, задающих людям ориентиры их поведения. Эти ценностные ориентации передаются индивидам через «символические» средства духовного и материального внутриорганизационного окружения.
Соломанидина Т.О. [19, с. 11]	Социально-духовное поле компании, формирующееся под воздействием материальных и нематериальных, явных и скрытых, осознаваемых и неосознаваемых процессов и явлений, определяющих единство философии, идеологии, ценностей, подходов к решению проблем и поведения персонала компании и позволяющих организации продвигаться к успеху.
Семенов Ю.Г. [18, с. 12]	Это самовоспроизводящаяся, существующая на уровне коллективного сознания система социально допустимых моделей, образцов внутригрупповой жизнедеятельности, объединяющая в единое целое субкультуры отдельных подразделений и выполняющая интегрирующую, целеориентирующую, функционально- и структурообразующую, адаптационную и регулирующую функции в пространстве внутриорганизационного и межорганизационного взаимодействия.
Шекшня С.В. [22, с. 30]	Это ценности, отношения, поведенческие нормы, характерные для данной организации. Организационная культура показывает типичный для данной организации подход к решению проблем.
Сате В. [11, с. 58]	Представляет собой набор важнейших понятий (зачастую неизложенных), разделяемых членами того или иного общества. Эти важнейшие понятия состоят из норм, ценностей, подходов, убеждений.

Оучи У. [14, с. 16]	Символы, церемонии и мифы, которые сообщают членам организации важные представления о ценностях и убеждениях.
Корсакова А.А., Захарова Т.И. [10, с. 12]	Это набор наиболее важных предположений, принимаемых членами организации и получающих выражение в заявляемых организацией ценностях, задающих людям ориентиры их поведения и действий.
Беликова И. П. [1, с. 23]	Это система разделяемых трудовым коллективом ценностей, убеждений, верований, норм, традиций, которые определяют соответствующий стереотип поведения людей в сфере трудовой деятельности.
Погребняк В.А. [16, с. 59]	Это особая сфера организационной реальности, которая состоит из комплексов специализированных и определенным образом упорядоченных материальных и виртуальных ресурсов и результатов труда работников, включающих в себя систему сложившихся межличностных отношений, объединяет совокупности взаимосвязанных организационных явлений и процессов.
Питерс Т., Уотерман Р. [15, с. 26]	Является важным фактором экономической эффективности фирмы, а также её адаптации к внешней среде.
Шейн Э. [21, с.34]	Можно охарактеризовать как набор приемов и правил решения проблем внешней адаптации и внутренней интеграции работников, правил, оправдавших себя в прошлом и подтвердивших свою актуальность в настоящем

\*Составлено автором

Так Т.О. Соломанидина, С.В. Шекшня, В. Сате считают, что организационная культура – это набор определенных ценностных представлений, социально-духовное поле компании, единство философии и убеждения. И.П. Беликова и У. Оучи определяют организационную культуру через верования, традиции, обычаи, социальное наследие компании. О.С. Виханский, А.И. Наумов, Э. Шейн и Ю.Г. Семенов представляют организационную культуру как способ деятельности, правила поведения при работе в компании, взаимодействии сотрудников друг с другом.

Рассмотрев определения исследователей и экономистов, можно сделать вывод, что организационная культура – это совокупность правил и норм поведения, модель работы в коллективе и способы взаимодействия сотрудников между собой, основанная на философии и ценностях компании, соблюдающая традиции и обычаи культуры, уважая социальное наследие и помогающая компании адаптироваться во внешней среде.

Организационная культура состоит из неотъемлемых элементов, Зарецкая Е.Н. рассматривает следующие из них [6]:

- философия, идеология организации, миссия, задачи организации;
- ценности, цели и средства достижения целей организации;
- нормы и принципы, регулирующие взаимоотношения сотрудников организации;
- климат организации;
- ритуалы, церемонии, традиции, обычаи;
- внешний и внутренний дизайн рабочей среды.

Руководитель выстраивает всю работу в организации на основе существующих принципов и ценностей, всего, что его окружает, начиная с определения сферы деятельности и заканчивая более детальными элементами – стиль ведения переговоров, интерьер офиса, выбор одежды и т.д. На основании результатов исследования культурных различий в организации выделяют множество классификаций организационной культуры.

К. Камерон и Р. Куинн выделяют следующие типы организационной культуры [9, с. 68]:

- клановая культура. Очень дружественное место работы, где у людей много общего. Организации похожи на большие семьи, их главы воспринимаются как воспитатели или родители.
- рыночная культура. Организация, ориентированная на результаты, главной заботой которой является выполнение поставленной задачи. Люди целеустремлены и соперничают между собой.
- бюрократическая культура. Очень формализованное и структурированное место работы. Лидеры гордятся тем, что она – рационально мыслящие координаторы и организаторы.
- адхокартическая культура. Динамическое предпринимательское и творческое место работы, где люди готовы идти на риск. Лидеры считаются новаторами.

На рисунке 1 проводится диагностика организационной культуры на момент исследования и предпочтительной организационной культуры по методике К. Камерона и Р. Куинна при помощи

графических профилей. Такой анализ проводится при соотношении критериев: гибкость; внешняя ориентация; внутренняя ориентация и стабильность.



Рис. 1. Сравнение организационных культур

Данный инструмент помогает оценить эффективность корпоративной культуры и определить некоторые из ее аспектов, которые для компании желательно изменить, и рассматривает те аспекты, которые определяют фундамент культуры организации.

Подобный график дает возможность определить, какая культура доминирует и что оказывает на нее наибольшее влияние. Одним из преимуществ этой методики является то, что процесс полагается не только на количественную, но и на качественную оценку, а также с ее помощью можно выявить и четко определить уникальность организационной культуры.

Организационная культура основывается на базисных ценностях. Эти ценности в корпорациях разнообразны и зависят от того, какие интересы являются фундаментальными для организации в целом.

К наиболее значимым характеристикам организационной культуры относятся [8]:

- осознание работником своего места в компании;
- тип совместной деятельности;
- нормы поведения;
- тип управления;
- культура общения;
- система коммуникаций;
- деловой этикет;
- традиции компании;
- особенности трактовки полномочий и ответственности.

Для того чтобы управленческие решения были поддержаны сотрудниками организации, руководитель должен понимать особенности культуры, поскольку именно персонал является проводником всех изменений и основным барьером для инноваций [10, с. 1]. Следовательно, в процессе адаптации персонала необходимо активно использовать элементы и атрибуты организационной культуры [3, с. 2].

Организационная культура – одна из основополагающих составляющих работы организации, она развивается и изменяется на протяжении всей деятельности организации. Организационная культура помогает в определении стратегии организации, является источником коллективной преданности делу и сохраняет социальную стабильность.

Организационная культура формирует внешний облик организации (имидж организации), то есть благоприятно сказывается на конкурентоспособности организации. Работа над имиджем тонкая и сложная, охватывает множество процессов, но она необходима, если организация хочет иметь хорошие перспективы дальнейшего развития.

#### Литература

1. Беликова И.П. Организационная культура: учебное пособие / И.П. Беликова. – М.: Агрус, 2013. – 110 с.
2. Виханский О.С., Наумов А. Менеджмент: Учебник. – 3-е изд. – М.: Экономистъ, 2003. – 528 с.

3. Волкова И.А. Адаптация персонала как способ формирования кадровой политики организации / И.А. Волкова // Научно-методический электронный журнал Концепт. – 2017. – № S1. – С. 1–5.
4. Гастев А.К. Трудовые установки. 1-е изд. // Организация труда. – 1924. – № 1. – С. 20–22.
5. Грошев И.В. Организационная культура: учебник / И.В. Грошев, А.А. Краснослободцев. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Юнити-Дана, 2015. – 535 с.
6. Зарецкая Е.Н. Деловое общение: учебник / Е.Н. Зарецкая. – М.: Дело, 2002. – 710 с.
7. Захарова Т.И. Организационное поведение: учебно-методический комплекс / Т.И. Захарова. – М.: Евразийский открытый институт, 2010. – 344 с.
8. Иванов И.Н. Менеджмент корпорации. – М.: ИНФРА-М, 2006. – 368 с.
9. Камерон К., Куинн Р. Диагностика и изменение организационной культуры. – СПб: Питер, 2001. – 310 с.
10. Корсакова, А.А. Организационная культура: учебное пособие / А.А. Корсакова, Т.И. Захарова. – М.: Евразийский открытый институт, 2008. – 190 с.
11. Магура М., Курбатова М. Культура организации // Управление персоналом. – 2008. – 234 с.
12. Мерц Н.В. Корпоративная культура: реальный инструмент управления / Н.В. Мерц. – Консалтинговое Агентство «Лидер», 2008. – 169 с.
13. Наумов Н.В. Организационная культура / Н.В. Наумов. – М.: Лаборатория книги, 2010. – 82 с.
14. Оучи У. Теория «Z». 1981
15. Питерс Т., Уотерман Р. В поисках эффективного управления (опыт лучших компаний). – М.: Прогресс, 1986. – 418 с.
16. Погребняк В.А. Культура организации как объект регулярного управления // Вопросы управления предприятием. – 2005. – № 1(13). – С. 59.
17. Пригожин А.И. Современная социология организаций. М.: ИНТЕРПРАКС, 1995. – 243 с.
18. Семенов Ю.Г. Организационная культура: учебное пособие / Ю.Г. Семенов. – М.: Логос, 2006. – 256 с.
19. Соломанидина Т.О. Организационная культура компании: учеб. пособие. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: ИНФРА-М, 2007. – 624 с.
20. Спивак В.А. Развивающее управление персоналом. – СПб.: Издательский дом «Нева», 2004. – 440 с.
21. Шейн Э. Организационная культура и лидерство / пер. с англ. под ред. В.А. Спивака. – СПб.: Питер, 2002. – 336 с.
22. Шекшня С.В. Управление персоналом современной организации. – М.: ЗАО «Бизнес-школа «Интел-Синтез», 1996. – 368 с.
23. Щербина С.В. Организационная культура в западной традиции: природа, логика формирования и функции // Социологические исследования. – 1996. – № 7. – С. 47–55.

**УДК 338.26**

***А.А. Костина, студент***

*Научный руководитель: Е.Г. Жулина, д-р экон. наук, профессор  
г. Саратов, Институт развития бизнеса и стратегий Саратовского государственного  
технического университета им. Гагарина Ю.А.*

## **ОБЕСПЕЧЕНИЕ РАЗРАБОТКИ СТРАТЕГИЧЕСКИХ ПЛАНОВ**

Все методические, теоретические и практические вопросы по разработке, исполнению системы менеджмента должны быть отражены в определенных нормативно-методических документах международного, государственного, республиканского, регионального или фирменного уровня.

В международных документах содержатся общие вопросы сохранения и безопасности планеты, мира, экологии, прав и свобод человека, безопасности товаров и услуг, стандартизации. В государственных, республиканских и других нормативно-методических документах дальше развиваются вопросы, которые регламентируются в межгосударственных документах. Документы нижестоящего уровня не должны противоречить документам вышестоящего уровня.

Вопросы управления экономикой не регламентированные в международных документах приходится решать в каждой стране самостоятельно, что сопровождается дополнительными затратами не гарантирует высокого качества решения и затрудняет интеграцию между странами. Если на государственном уровне не регламентирован какой-либо вопрос, то каждый регион самостоятельно, с большими затратами решает этот вопрос и так доходит до уровня отдельных фирм.

Низкое качество или отсутствие международных правовых норм в различных областях (налоговая система, финансы, собственность) тормозит создание и развитие объединенных предприятий, международную интеграцию и взаимовыгодное развитие стран.

Некоторые международные нормативно-методические документы должны быть прямого применения и обязательны для всех уровней.

Увеличение нормативно-методических документов, норм и правил упрощает построение каждой фирмой менеджмента, повышает эффективность использования разнообразных ресурсов, улучшает благосостояние и качество жизни.



Целью ресурсного обеспечения разработки стратегических планов является своевременное обеспечение необходимыми ресурсами требуемого количества и качества, и их улучшение использования для реализации стратегии организации.

Виды ресурсов:

- 1) трудовые ресурсы;
- 2) материальные ресурсы;
- 3) основные производственные фонды;
- 4) финансовые ресурсы;
- 5) совокупные ресурсы (сумма предыдущих видов ресурсов в денежном выражении).

Процесс движения ресурсов включает в себя:

- 1) формирование ресурсов (представляет собой привлечение необходимых ресурсов для проведения маркетинговых исследований, работ по стратегическому менеджменту);
- 2) использование ресурсов по необходимым направлениям;
- 3) восстановление ресурсов;
- 4) списание или если это возможно их утилизация.

Методы обеспечения ресурсами и их приобретение:

- 1) товарно-сырьевые биржи;
- 2) спонсорство;
- 3) аукционы;
- 4) конкурсы;
- 5) прямые связи;
- 6) собственное производство.

Информационное обеспечение менеджмента является одной из важнейших обеспечивающих функций стратегического планирования, от качества которой зависит эффективность функционирования системы и принимаемые решения.

Коммуникации – обмен информацией, которая необходима для принятия эффективных решений. Коммуникации представляют собой сложный процесс, состоящий из взаимосвязанных шагов. Каждый из шагов важен для организации, чтобы смысл сообщения не был потерян и понятен всем работникам.

Руководитель большую часть времени тратит на коммуникации с целью реализации своей роли в межличностных отношениях, информационном обмене между сотрудниками и принятии управленческих решений.

Требования к качеству информации:

- 1) своевременность;
- 2) достоверность;
- 3) адресность;
- 4) актуальность информации;
- 5) правовая корректность информации;
- 6) возможность кодирования;
- 7) высокая скорость сбора, обработки и передачи информации;
- 8) достаточность;
- 9) многократность использования информации;
- 10) комплектность системы информации.

Процесс обмена информацией включает в себя 4 элемента, которые представлены на рисунке 1.

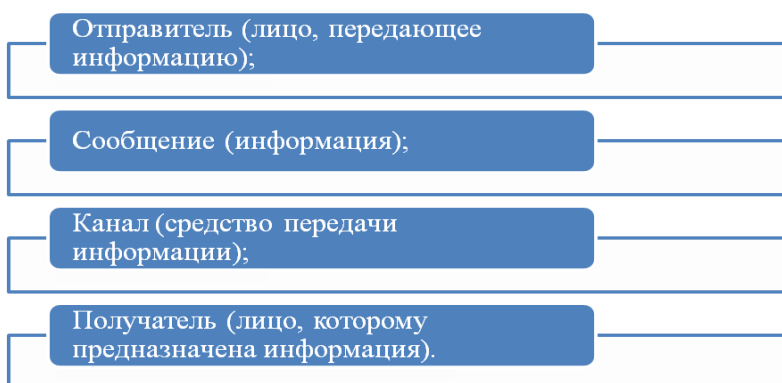


Рис. 1. Процесс обмена информацией



Отправитель и получатель при обмене информацией составляют сообщение и используют канал для его передачи так, чтобы обе стороны поняли и разделили идею. Передача информации проходит в несколько этапов:

- 1) зарождение идеи;
- 2) кодирование (процесс преобразования сообщения) и выбор канала;
- 3) передача;
- 4) декодирование (расшифровка сообщения).

Обмен информацией между работниками начинается с зарождения идеи, то есть отбора информации и ее формулировки. Отбор информации бывает целенаправленным или случайным, сплошным или выборочным, произвольным или основанным на определенных критериях. На данный момент много случаев обмена информацией заканчивается на первом этапе, так как отправитель не тратит много времени на сбор информации и обдумывание идеи. Так же необходимо учитывать адекватность и уместность идеи, основываясь на конкретной ситуации и поставленных целях.

Для того чтобы отправить идею получателю отправитель должен закодировать информацию с помощью речи, жестов, мимики, письменных материалов, электронных средств связи (телефон, электронная почта, компьютерные сети), данная кодировка информации превращает идею в сообщение. Отправителю необходимо выбрать канал для передачи информации совместимый с символами, использованными для кодировки сообщения. К часто используемым каналам для передачи информации относятся передача устных и письменных материалов, компьютерные сети, электронная почта, видеоконференции.

Получатель информации переводит символы в свои мысли, этот процесс называется декодирование. Получатель будет знать, что имел в виду отправитель, когда формулировал идею, если их символы имеют одинаковое значение. Обмен информацией считается эффективным, если получатель выполнил действия, которые ожидал от него отправитель, то есть правильно понял идею.

По некоторым социальным, психологическим или иным причинам получатель может не понять сообщение или придать ему другой смысл. Для эффективной деятельности организации обмен информацией между сотрудниками должен осуществляться при помощи канала обратной связи, чтобы получатель мог прояснить непонятные моменты. При использовании обратной связи отправитель и получатель меняются ролями. Получатель сообщения играет роль отправителя и проходит все этапы процесса обмена информацией и передает отзыв первоначальному отправителю, ставшему получателем. Профессор Филипп Льюис пишет: «Обратная связь – это опорная реакция на то, что услышано, прочитано или увидено, информация (в вербальном или невербальном оформлении) отсылает назад отправителю, удостоверяя меру понимания, доверия к сообщению, усвоению и согласию с сообщением. Обратная связь необходима, чтобы понять, в какой мере сообщение было воспринято и понято» [2, с. 231].

Правовое обеспечение разработки стратегических планов основано на законодательных и нормативных актах, к ним относятся действующие федеральные законы, постановления правительства и федеральных органов управления.

Правовое обеспечение осуществляется по следующим направлениям:

- 1) правовые вопросы функционирования страны (по развитию предпринимательства, налоговой системы, внешнеэкономической деятельности);
- 2) законы и нормативные акты по системам метрологии, стандартизации, сертификации товаров и услуг, управления качеством товаров, защиты прав потребителей, безопасности и охраны труда;
- 3) законы и нормативные акты по регулированию безопасности и взаимозаменяемости товаров, социальному развитию коллективов, ресурсосбережению, развитию производства;
- 4) правовое регулирование образования и развития организации.

Без правового обеспечения невозможно обеспечить стабильное функционирование организаций, потому что любая организация является подсистемой системы более высокого уровня – региона, отрасли, страны, а некоторые даже мирового сообщества. Если каждая организация будет разрабатывать план по своим правовым нормам, то невозможно скоординировать работу и создать организацию более высокого уровня.

На данный момент правовое обеспечение разработки стратегических планов по всем четырем направлениям является одной из актуальнейших проблем.

#### Литература

1. Жулина Е.Г. Факторы формирования инвестиционной привлекательности предприятия / Е.Г. Жулина // Инновационные процессы в экономике и бизнесе: научный взгляд: Материалы Международной научно-практической конференции (г. Саратов, 12 апреля 2016 г.). – Саратов: Саратов. гос. техн. ун-т, 2016. – С. 88–94.

2. Основы менеджмента [Текст]: учебник / М.Х. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоури. – Пер. с англ. – 3-е изд. – М.; СПб.; Киев: Вильямс, 2012. – 672 с.
3. Развитие систем управления инновационными стратегиями бизнеса в экономике России: колл. монография / Е.А. Кряквина, Е.Г. Жулина, Н.А. Воронина и др.; под общ. ред. д-ра экон. наук доцента Е.Г. Жулиной. – Саратов: ИИРПК, 2017. – 163 с.
4. Модернизация современной экономики России: некоторые аспекты теории, методологии и практики: колл. монография / Е.А. Юрманова, Е.Г. Жулина, Р.К. Аблязов и др.; отв. редакторы О.Б. Мизякина, Т.Л. Мягкова. – Саратов: ООО «Буква», 2014. – 172 с.

УДК 339.138

**М.И. Косьяненко, магистрант**

*Научный руководитель: Я.С. Матковская, д-р экон. наук, профессор  
г. Волгоград, Волгоградский государственный технический университет*

## **МАРКЕТИНГ ИННОВАЦИЙ: МЕТОДЫ И ЭФФЕКТИВНАЯ СОВРЕМЕННАЯ ПРАКТИКА ИХ РЕАЛИЗАЦИИ**

Существует ряд определений инновационного маркетинга, в большинстве случаев этот вид понятия инновационного маркетинга сужается. Однако мы исходим из того, что маркетинг инноваций представляет собой специфическую важнейшую часть маркетинга и стратегического развития фирмы. Он направлен на разработку и продвижение инновационных товаров и услуг на протяжении значительной части жизненного цикла этого товара, включая применение поддерживающего маркетинга.

Широкое развитие понятия «инновационный маркетинг» произошло в связи с быстрым развитием новых технологий, поскольку компании должны создать гарантированные условия для эффективного продвижения их инновационных товаров на рынок. Возникновение инновационного маркетинга как самостоятельного направления маркетинговой деятельности компании произошло вследствие усложнения структуры потребительских рынков, качественного изменения потребительского спроса и насыщения рынков различной продукцией.

Основные функции маркетинга инноваций включают:

- разработку инноваций и их инновационного сопровождения в исследованиях;
- маркетинговые исследования, связанные с поиском неудовлетворенных потребностей рынка;
- управление, оценка, прогнозирование жизненного цикла инновации;
- сегментация рынка.

Рынок инноваций подразделяется на три большие группы:

- рыночные институты включает покупателей, производителей, посредников;
- финансовые институты, обеспечивающие финансирование инноваций;
- нерыночные институты (патентная система, государство, законодательная система).

Специфику реализации маркетинга инноваций определяют следующие методы:

- метод проталкивания заключается в том, что производитель реализовывает свой товар через оптовых и розничных торговцев, убеждая их в том, что товар необходимо принять на продажу, а далее начинает стимулировать потребителей за счет эффективной рекламы;
- метод протаскивания заключается в том, что потребители сам стимулируют оптовых и розничных торговцев к реализации данного товара желанием его приобрести;
- смешанный метод, сочетающий в себе методы проталкивания и протаскивания.

Реализация маркетинга инноваций подразумевает использование творческого подхода, при этом возможно использование ряда методов, таких как «мозговой штурм», поиск отраслей для ввода продукта, анализ систем бизнеса в профильных областях»- при разработке идеи товара и способов его продвижения, а в процессе реализации стратегии продвижения – фронтирование (захват рынка другого субъекта), бенчмаркинг (сравнение аналогов).

Инновационный маркетинг предполагает использование не только atl-технологий (реклама), но и btl (выставки, дегустации, розыгрыши, конкурсы, лотереи, скидки), в зависимости от вида рынка и способов его продвижения.

Для повышения шансов успешной реализации нового продукта на стадии разработки необходимо проводить интенсивные исследования и тестирования товара. Поэтому используются следующие методы:

- концептуальные тестирования для проверки концепции нового продукта;
- бета-тест, то есть тестирование продукта на выявление недоработок или ошибок;
- тестирование рынка, которое направлено на проверку плана ввода нового продукта на рынок и реакции потребителей на него.

Применение данных инструментов необходимо, поскольку это снижает коммерческие риски.

Однако, чем разнообразнее и нестандартнее эти методы и инструменты, тем эффективнее будет маркетинг инноваций. В этом заключается его особенность. К таким нестандартным методам относятся, например, вовлечение потребителей в производственный процесс создания нового продукта, что позволит поближе познакомиться с товаром, его функциями, качественными характеристиками.

Хотелось бы представить самые интересные мировые разработки за 2016 г.:

- microsoftSkypeTranslator позволяет разговаривать с кем угодно, где угодно и вне зависимости от родного языка. Переводчик, опираясь на миллионы примеров речи, анализирует слова и переводит их в текст. Чем больше переводчик слышит местного акцента, тем лучше он функционирует;
- seaHunter, военный корабль-дрон – первое судно, спроектированное вооруженными силами США для автономного патрулирования морского пространства и поиска подводных лодок;
- искусственный спутник «Юнона» – спутник, питаемый солнечными батареями, создан для изучения Юпитера. В течение следующих полутора лет наблюдений «Юноны» ученые смогут узнать, сколько воды находится на Юпитере и обладает ли планета твердым ядром;
- вирус, который борется с раком – модифицированный вирус герпеса вводится в опухоль, где может возбудить иммунную реакцию в ответ на рак;
- электрокар, автомобиль, являющийся экологически чистым продуктом, работает от электричества и не выделяет выхлопные газы в атмосферу.

Что касается разработок России, то интересными могут показаться:

- жидкий янтарь, разработанный заведующим кафедрой физики Калининградского государственного технического университета. Жидкий янтарь позволяет удалять воду из систем двигателя автомобиля. В перспективах возможно использование жидкого янтаря в качестве топлива;
- мультикоптерный ударный беспилотник, способный уничтожать бронетехнику противника;
- прицел голографический ВАЛДАЙ-ПГ210 позволяет вести наблюдение обоими глазами, благодаря чему увеличивается точность стрельбы особенно по движущимся и появляющимся на короткое время целям;
- беспилотный КамАЗ;
- сорт пшеницы с рекордной урожайностью;
- комбинированная энергоустановка, способная эффективно преобразовать ветер и солнечный свет в электрическую энергию;
- мозг-компьютер, позволяющий управлять электронными и мехатронными средствами силой мысли.

Совсем недавно стало известно, что Фонд перспективных исследований России объявил конкурс на лучший проект летающего автомобиля. Победитель получит 3 млн руб. на реализацию своей идеи. Сама идея заключается в том, чтобы создать летающий автомобиль, который будет чем-то средним между машиной и небольшим вертолетом, но при этом будет иметь больше преимуществ, нежели эти два вида транспорта. Летающий автомобиль будет осуществлять перевозку пассажиров и грузов. Грузоподъемность составит 1000 кг. Основным назначением этого транспорта станет участие в спасательных операциях. Тема разработки летающего автомобиля сегодня актуальна, и в этой области трудятся многие страны мира.

Наши ученые трудятся и над тем, как победить страшную болезнь – рак. Активно исследуя эту болезнь, Специалисты Лаборатории новых лекарственных форм Центра RASA при Томском политехническом университете совместно с учеными из Первого Санкт-Петербургского государственного медицинского университета имени академика И.П. Павлова и Лондонского университета королевы Марии пришли к выводу, что рак можно лечить путем внедрения в стволовые клетки магнитов. Ученые предполагают, что для лечения этой болезни лучше использовать собственные клетки человека, поскольку они не будут отвергаться иммунной системой и смогут доставлять лекарственные препараты к рычагу заболевания. Внедрив в эти клетки магниты, образовывается магнитное поле, через которое можно управлять движением этих клеток.

Волгоградский государственный технический университет активно занимается научно-исследовательской деятельностью и инновационными разработками. Но хотелось бы выделить несколько разработок. Вафли «Шанежки», которые являются полезными для здоровья, не содержат

вредных примесей и пищевых добавок, сделаны из натуральных ингредиентов. Все ингредиенты содержат определенную пищевую ценность и направлены на улучшение пищеварения. Солнцекат «Турист» и Гелеовелосипед разработаны в Камышинском филиале ВолгГТУ. Экологически чистый транспорт, питающийся солнечной энергией, не приносит вреда окружающей природе в виде выхлопных газов и является удобным средством передвижения. Также разработаны системы мониторинга интенсивности гололедообразования.

Инновационные разработки были и будут актуальны в любое время. Они являются двигателем прогресса. За многими из вышеперечисленных разработок стоит наше будущее. Правильный организованный маркетинг инноваций позволит максимально эффективно внедрять эти разработки в стране и по всему миру, рождая на них спрос.

На самом деле, актуальной остается проблема дальнейшего использования инновационных продуктов. Многие инновации застревают на этапе реализации. Причины могут быть самые разные:

- недостаток финансирования;
- слабый бизнес;
- короткий жизненный-цикл топ-менеджеров, суть причины заключается в том, что многие менеджеры, приходя в компанию пытаются работать с инновациями, но компания, привыкшая к постоянной стабильности, не воспринимает инновации и старается избежать риска, дабы не потерять свою стабильность, а сами менеджеры, получив такую реакцию, либо занимаются поиском работы, где их идеи будут востребованы и реализовываться, либо начинают заниматься собственным карьерным ростом;

- проблема сильной команды. В японских компаниях и предприятиях рабочие руководствуются целями фирмы и работают на благо предприятия, поскольку от этого зависит их благополучие. Одно поколение сменяет другое и все они привержены одному предприятию. В России нет такой тенденции, поскольку каждый ставит на первые позиции свои личные цели и задачи и стремится их достичь. При таких условиях слаженность в коллективе отсутствует и производительность минимальна;

- отсутствие грамотной PR-кампании, слабые презентации;
- минимальные психологические навыки российских топов, характеризующиеся неумением воодушевлять команду, отсутствием убедительности и харизматичности у менеджеров. Многие управленцы не умеют использовать эмоциональный интеллект и оказывать давление на обратную связь. Ведь инновации и их реализация полностью зависят от команды, которая в них заинтересована, но и от топ-менеджера, который умело подталкивает команду к их реализации.

Сложно сказать о том, как можно решить эти проблемы. Но решать их надо, поскольку инновации являются средством развития мира, страны, предприятия, коллектива и отдельно взятой личности. Возможно, предприятиям, которые заинтересованы в данной области, необходимо провести глубокий кадровый анализ, выявить все конфликты, противоречия, изменить систему мотивации и строить единую систему, приверженную производственным целям и работающую на благо предприятия. На это уйдет не год и не два, а возможно целые десятилетия и больше, но предприятиям нужно двигаться в этом направлении, чтобы не стоять на месте, а также развиваться.

#### Литература

1. Матковская, Я.С. Инновационный маркетинг: учебное пособие / Я.С. Матковская, В.В. Великанов. – Волгоград: ИНУЛ ВолгГТУ, 2011. – 80 с.
2. Высокотехнологичные разработки России [Электронный ресурс]. URL: [http://ruxpert.ru/Высокотехнологичные\\_разработки\\_России](http://ruxpert.ru/Высокотехнологичные_разработки_России)
3. Лучшие инновации 2016 года [Электронный ресурс]. URL: <http://mcx-consult.ru/luchshiye-innovatsii-2016/>
4. 20 величайших инноваций 2016 года [Электронный ресурс]. URL: <http://rb.ru/list/20-innovacij-2016-goda>

## **ЭКОНОМИКА РОССИИ: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ**

Российская экономика, столкнувшаяся в 2014–2016 гг. с двойным вызовом санкционного противостояния и обвального снижения мировых цен на энергоносители, в 2016 г получила определённые поводы для оптимизма. Во-первых, восстановление цен на нефть, в конце года резко усилившиеся благодаря достижению договорённостей о снижении добычи нефти как странами ОПЕК, так и не входящими в картель странами, привело к заметному улучшению ситуации с экспортными доходами и бюджетными поступлениями от нефтегазового сектора. Во-вторых, нарастание политических противоречий внутри ЕС, а также риторика избранного президента США Д. Трампа не только существенно подорвали ожидания дальнейшего ужесточения антироссийских санкций, но породили надежды на то, что режим санкций будет ослаблен уже в ближайшие месяцы. В то же время говорить о переломе кризисных тенденций пока нет достаточных оснований.

Несмотря на серию хороших новостей из-за рубежа, внутренние факторы развития российской экономики остаются ограниченными. По мнению С. Глазьева, «экономическое чудо наступает тогда, когда удастся сочетать рыночные механизмы с плановыми. Пример – Китай. А до этого – Япония, Южная Корея. Они всегда сопровождаются резким ростом накопления. В Китае она превышает 40%, в России цель – 27%» [2]. Уровень внутреннего спроса оставался очень низким. Надежды на импортозамещение как источник роста промышленности потерпели окончательный крах. Укрепление валютного курса рубля, вызванное ростом цен на энергоносители, привело к росту опасений относительно очередной волны ослабления конкурентоспособности российских товаров – в том числе на внешних рынках, освоение которых в официальной повестке постепенно начало занимать то место, которое два года назад отводилось импортозамещению. В результате – динамика основных экономических показателей на протяжении большей части года носила противоречивый характер.

С одной стороны, падение ВВП по итогам 2016 года составило около 1%, а изменение промышленного производства по итогам формально вышло в положительную сторону увеличения. Наиболее значительным оказался прирост с/х производства – 3,0%, на 2,4% вырос объём добычи полезных ископаемых, на 1,8% увеличился объём грузооборота, который обычно является важным индикатором, указывающим на оживление экономической активности. Впрочем. В совокупности с ростом добычи полезных ископаемых рост грузоперевозок может указывать на возросшие объёмы перевозки сырья на экспорт, призванные компенсировать эффекты снижения экспортных доходов. С другой стороны, кризисные тенденции в реальном секторе экономики сохраняются. Выпуск обрабатывающих отраслей промышленности сокращается на 0,9%, при этом на фоне роста выпуска машин и оборудования на 3,7%, производство электрооборудования упало на 2,5%, металлургическое производство – на 3,2%, производство транспортных средств и оборудования – на 4,5%. Это может косвенно свидетельствовать о том, что относительное благополучие машиностроительного сектора обуславливается главным образом заказами по линии ОПК. Объём услуг связи сократился на 4,6%. Основной причиной сложившейся ситуации является острый недостаток платёжеспособного спроса. В потребительском сегменте главной проблемой является падение реальных доходов населения, которое в 2016 году даже ускорилось. В 2016 г. данный показатель оказался на 5,3% ниже по сравнению с прошлым годом, в то же время как годом раньше соответствующее снижение составило 4,2% [5]. Решающий вклад в падение реальных доходов вносит рост потребительских цен. В частности, потребительская инфляция «съела» практически весь прирост заработной платы: при номинальном повышении на 7,9% в 2016 г её реальный рост составил всего 0,4% [4].

Соответствующие обстоятельства оказывают негативное влияние не только на уровень жизни населения, но и на состояние потребительского рынка: так, оборот розничной торговли за 9 месяцев 2016 года сократился на 5,4%. В результате эффекты импортозамещения в сфере производства потребительских товаров оказались существенно ниже ожиданий двухлетней давности. В частности, производство пищевых продуктов – включая напитки и табак, где позитивные эффекты импортозамещения проявились в максимальной мере. В то время как дискуссии о содержании новых подходов к поддержке инвестиционного процесса пока далеки от завершения, оценка роли внешнеэкономических факторов в развитии отраслей национальной экономики 2016 года была принципиально пересмотрена. Уже к началу года стало очевидно, что в условиях снижения внутреннего спроса импорто-

замещение, являвшееся в 2014–15 гг. знаковым приоритетом экономической политики правительства, неспособность выступать в качестве драйвера промышленного роста. Напротив, экспортные не сырьевые отрасли, ориентированные на ёмкие зарубежные рынки – в первую очередь химия и нефтехимия, демонстрировали опережающую динамику развития. В 2016 г соответствующая тенденция продолжилась. Лидером экспортного роста вновь оказалось химическое производство, которое по итогам года показало рост на 4,6%. Значительный потенциал развития экспорта продемонстрировал и ряд товаров производственной группы. Так, стоимостные объёмы экспорта пшеницы в 2016 году увеличились на 16%. В тоже время перспективы расширения экспорта производства сталкиваются в настоящее время с двумя серьёзными ограничениями. Первое из них связано с динамикой валютного курса рубля. Рост ценовой конкурентной способности российской продукции на внешних рынках был во многом обеспечен ослаблением валютного курса рубля, который с середины 2014 года и к началу 2016 г. обесценился по отношению к доллару США более чем в 2 раза. В результате российские экспортёры получили возможность успешно осваивать внешние рынки, о поставках на которые ещё несколько лет назад трудно было даже мечтать. Наиболее яркая история успеха связана с взрывным ростом поставок продовольствия в Китай, который к середине 2016 г. стал крупнейшим импортёром соответствующих товаров из России.

По мере восстановления мировых цен на нефть валютный курс рубля начал укрепляться. В начале декабря котировки доллара США впервые с октября 2015 г упали ниже 61 руб. Свой вклад в такое развитие событий внесла политика ЦБР. Она продиктована стремлением к сдерживанию инфляционных тенденций, сделала российский рубль мишенью для финансовых операций, связанных с игрой на разнице процентных ставок. В конце ноября 2016 г был утверждён паспорт приоритетного проекта «Системные меры развития международной кооперации и экспорта», заказчиком которого выступило Министерство экономического развития России. Миссия данного проекта, рассчитанного конца 2025 г. состоит в создании комплексных механизмов поддержки экспорта, специально ориентированных на потребности компаний среднего бизнеса. Это в полной мере соответствует как объективным проблемам развития экспортной деятельности в России, где компании среднего размера в отличие от крупных компаний, в большинстве случаев, не имеют финансовых возможностей и лоббистского потенциала для самостоятельного решения проблем, связанных с выходом на внешние рынки, так и превращение в мировой практике подходами к поддержке экспорта, в соответствии с которыми максимальный потенциал имеет выход на внешние рынки новых средних компаний – в том числе представляющих высокотехнологичные отрасли, которые в перспективе могут занять позиции глобальных лидеров.

Кроме того в течение года активно обсуждалось использование многосторонних торговых соглашений для устранения барьеров на пути российского экспорта. Но в политике перевешивают прагматичные цели: инфраструктура нужна частным инвесторам, она разбудит частные инвестиции. А для сокращения роли государства есть широкое поле и за пределами инфраструктуры.

Начало 2017 года многообещающее. Это и достигнутый уровень цен на нефть, и появившееся надежды на то, что санкции пройдены. Позитив может развеяться. Но может оказаться, что текущие цены на нефть уже учитывают риски неполного выполнения договорённостей о сокращении добычи нефти. Тогда уровень в 55 дол. за баррель может оказаться устойчивым. Есть несколько вариантов развития экономики в России: отсутствие обвала на нефтяном рынке; привлечение средств посредством приватизации и внешних заимствований. Инвестиции в нефтедобычу продолжают сокращаться, что создаёт предпосылки для сбалансированности рынка в ближайшей перспективе. При этом только оптимистичный сценарий предполагает отсутствие проблем с наполнением бюджета. В остальных случаях будет предложено оптимизировать расходную часть или искать альтернативные источники финансирования. Основой выступает привлечение средств посредством приватизации и внешних заимствований, что сейчас и сделано правительством. Предложенные населению облигации займа под выгодный процент годовых сроком не менее трёх лет. Данные инструменты помогут правительству в полной мере профинансировать социальные обязательства. Однако новый обвал цен на «чёрное золото», поставит под угрозу реализацию данной перспективы.

В рамках этих вариантов начнётся оживление российской экономики. В результате произойдёт улучшение макроэкономических показателей – рост ВВП будет сопутствовать замедлению инфляции и стабилизации валютного рынка. Сейчас главное для стабильного развития экономики – не потерять темп и правильно выбирать сферы, на которые нужно воздействовать. Например, такие как адекватное формирование потребительского спроса и доходов населения. По оценке главы Счетной палаты Т. Голиковой, при такой организации деятельности, рост ВВП по итогам года не превысит 1,5% [3]. Однако без структурных преобразований отечественная модель не сможет выйти на устойчивые тем-

пы роста, предупреждают аналитики. При этом правительство столкнется с серьезными проблемами с наполнением бюджета, которые могут перерасти в кризис. При этом первоочередной задачей является создание особо благоприятных финансово-экономических и правовых условий для формирования отечественной инновационной системы [1].

#### Литература

1. Акчулпанов Ю.К. Проблемы и перспективы инновационного развития экономики регионов России // Вектор науки ТГУ. – 2012. – № 3 (21). – С. 107.
2. Выбор стратегии: Сценарии ЦБ предлагают рост не более 2% ВВП в год [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://fingazeta.ru/scenarios-and-forecasts/vyibor-strategii-205037>
3. Голикова: говорить об устойчивом положительном тренде экономики РФ рано [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [aif.ru/money/economy](http://aif.ru/money/economy)
4. МЭФ-2017: Секрет экономического роста, трагедия монархии и кандалы ВТО [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://fingazeta.ru/scenarios-and-forecasts>
5. Экономика России в 2017 году: прогноз экспертов и последние новости [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://bankiclub.ru/raznye>

УДК 339.138

**Е.С. Краевая, магистрант**

*Научный руководитель: М.К. Черняков, д-р экон. наук, профессор  
г. Новосибирск, Сибирский университет потребительской кооперации*

### МАРКЕТИНГОВАЯ ПРОГРАММА РАЗВИТИЯ

Маркетинговая программа – это документ, излагающий, обосновывающий и детализирующий маркетинговые цели и маркетинговые планы компании [1, с. 241]. Маркетинговая программа – итог проделанной работы отдела или службы маркетинга и в то же время задел на будущее.

Маркетинговая программа – это документ, излагающий, обосновывающий и детализирующий маркетинговые цели и маркетинговые планы компании.

Целью исследования, является разработка методик маркетинговой программы развития предприятия.

Объектом исследования послужил СХПК «Тумэн» г. Якутска, специализирующийся в производстве мяса и мясной продукции.

Основные цели направлены на повышение эффективности реализации маркетинговой деятельности предприятия СХПК «Тумэн»:

- создание благоприятного образа фирмы;
- создания отдела маркетинга в структуре предприятия;
- наиболее полное удовлетворение существующих потребностей;
- рост прибыли;
- увеличение объемов производства;
- выход производимого продукта на российский рынок;
- достижение максимального уровня качества выпускаемой продукции;
- максимальное повышение удовлетворенности потребителей;

Реализация указанных целей предполагает решение следующих задач:

- исследование, анализ, оценка потребностей потребителей;
- исследование конкурентов;
- формирование стратегии поведения фирмы;
- анализ и оценка маркетинговой деятельности предприятия [2, с. 144];
- разработка мероприятий по развитию предприятия;
- разработка рекламной стратегии;

Основные направления развития:

- совершенствование маркетинговой деятельности предприятия;
- обеспечение информационной осведомленности потребителей о предприятии [3, с. 187];
- совершенствование исследовательской деятельности.

В рамках маркетинговой деятельности, предприятию СХПК «Тумэн» необходимо ответить на следующие вопросы:

1. Какие мероприятия можно предложить потребителям для развития предприятия, конкурентоспособности, и развитие потребительского спроса?

2. Какие новые разработки повысят узнаваемость предприятия?

В зависимости от этих вопросов, предприятие может выбрать одну из следующих ценовых стратегий:

– «Внедрение на рынок». Необходимым условием для реализации данной стратегии является низкая себестоимость товара, которая обуславливает возможность назначения низкой цены, что, в свою очередь, дает возможность завоевать большую долю рынка.

– «Снятие сливок». Условием применения данной стратегии является высокое качество продукции или ее эксклюзивность, что дает возможность запросить максимальную цену и получить максимальную прибыль.

– «Специализация на конкретном сегменте» характерна для небольших фирм (которые не могут бороться с крупными предприятиями в открытую). Цель стратегии – добиться безубыточного существования.

Таким образом, в первую очередь следует, оценить возможности предприятия СХПК «Тумэн» и выбрать одну из трех предложенных стратегий.

Из вышеизложенного понятны положительные оценки предприятия, что он имеет. В (табл. 1) рассмотрим какие мероприятия следует разработать для дальнейшего развития предприятия.

Таблица 1

**Программа маркетингового развития предприятия СХПК «Тумэн»**

Направление маркетинговой деятельности	Задачи	Мероприятия	Сроки выполнения
Стимулирование сбыта	1. Поиск новых партнеров для продвижения продукции с минимальными расходами. 2. Увеличение потребительского спроса на продукцию.	1. Участие в сельскохозяйственных выставках мясной продукции. 2. Раздача буклетов с информацией о предприятии. 3. Бесплатная дегустация готовой мясной продукции потенциальным партнерам и потребителям. 4. Спонсорство спортивных соревнований.	2015–2017 г.
Реклама	1. Узнаваемость предприятия среди населения Якутии 2. Создания определенного имиджа предприятия	1. Добавить в штат опытного программиста 2. Создать официальный интернет-сайта предприятия 3. Систематический выпуск видео-ролика предприятия в СМИ 4. Развесить наружную рекламу предприятия	2015–2017 г.

Рассмотрим конкретнее возможные мероприятия предприятия СХПК «Тумэн».

Участие в выставках.

В первой недели практики руководители предприятия дали мне задачу подготовиться вместе с менеджерами СХПК «Тумэн» к Республиканской выставке «Продовольствие 2015 г.». В выставке принимали участия все предприятия занимающиеся продажами мясных изделий. Для этого было отведено помещение в здании Министерства сельского хозяйства Республики Саха (Якутия). Участие приняли 8 фирм занимающиеся продажами мясной продукции, такие как:

1. ООО «Хоту-Ас»;
2. ООО «Сибирский деликатес»;
3. СХПК «Чурапча»;
4. СХПК «Полюс холода»;
5. ООО «Чочур Мураан»;
6. ООО «Саха Агро Продукт»;
7. ООО «Скиф»;
8. СХПК «Тумэн».

Основной целью выставки является прямая реклама через дегустацию мясной продукции потенциальному потребителю.

Также изучение поведения посетителей выставки позволяет вносить необходимые коррективы в товарную и целевую политику предприятия.

Помимо непосредственной презентации товаров на выставке представители предприятия предусматривают возможность непосредственного общения с потребителями продукции.



За время выставки в производственное предприятие СХПК «Тумэн» поступило 15 предложений о сотрудничестве, появились постоянные покупатели. Грамотный подход к мероприятию позволило существенно уменьшить рекламный бюджет предприятия, при этом обеспечив эффективное продвижение бренда и рост объемов продаж.

Методика ABC – анализа.

При суммировании вкладов продуктов от первого и далее по списку, группа продуктов, составляющих примерно 80% объема продаж, образуют т.н. А – зону. В нее попадают реальные лидеры – направления, которые обеспечивают общую стабильность предприятия. В – зону составляют следующие по списку направления, обеспечивающие примерно 10% от объема продаж (интервал от 80% до 90%), С – зону составляют продукты дополняющие объем продаж первых двух групп до 100%.

Таким образом в группы В и С попадают направления, наименее значимые на исследуемый период. При проведении анализа определяются также растущие направления (т.е. уменьшающие свой порядковый номер в рейтинговом списке от периода к периоду), и направления, которые имеют отрицательную динамику развития.

На СХПК «Тумэн» развивается 4 направлений маркетинговой деятельности по выпуску продукции пищевого назначения, поэтому выбор выставок представляет собой сложный процесс.

В ходе ABC-анализа были выявлены лидирующие (А-группа) и перспективные (растущие в В и С-группах) направления:

1. Группа лидирующих направлений: Вареные колбасы, сосиски, сардельки; Детская продукция; Полукопченые; Ветчина Рубленая;

2. Имеющие стабильную динамику к росту – Деликатесы с АСК; Деликатесы из мяса жеребятины; Деликатесы из мяса конины; Полуфабрикаты к/ц.

Направления, не являющиеся реальными лидерами, но имеющие тенденции к устойчивому росту, необходимо представлять на одной наиболее крупной специализированной выставке года.

По направлениям, не попавшим в лидирующую или перспективную группу, необходимо проводить анализ и принимать решения о дальнейшем развитии при реальном росте объемов продаж и производства.

В результате участия на выставке, предприятие СХПК «Тумэн» имела возможность в течение года анализировать количество клиентов, классифицировать посетителей выставки по сегментам, по продукции, которой заинтересовались, а также зафиксировать предложения и замечания потребителей и дать рекомендации производственным, сбытовым отделам предприятия.

Используя данную программу маркетинга мясной продукции, СХПК «Тумэн», несомненно, добьется значительных продвижений в своем бизнесе по производству и реализации мясной продукции, которая поможет расширить круг потребителей и сделать их своими постоянными клиентами. Выполненные все вместе меры комплекса маркетинга могут серьезно переломить ситуацию для СХПК «Тумэн» в лучшую сторону. В любом случае следует помнить, что при прочих равных условиях предприятие, имеющее программу маркетинга (занимающееся исследованием рынка, своих потребителей и их запросов), получает больше прибыли, чем те, у кого такого плана нет. Предприятие добьется успеха, если будет удовлетворять потребности своих клиентов лучше, чем его конкуренты и не игнорировать требования рынка, а вести постоянную борьбу за своих клиентов.

#### Литература

1. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая) от 30.11.1994 № 51-ФЗ (в ред. от 22.10.2014) // Собрание законодательства Российской Федерации. – 1994. – № 32. – Ст. 132.
2. Федеральный закон от 28.12.2009 N 381-ФЗ «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации».
3. ГОСТ Р 51303-99. Торговля. Термины и определения [Текст]. – Введ. 2000-01-01. – М.: Госстандарт России: Изд-во стандартов, 1999.
4. ГОСТ Р 51304-2009 Услуги торговли. Общие требования.
5. Балалаев, А.С. Разработка маркетинговой программы: методическое пособие по выполнению контрольной работы / А.С. Балалаев, И.И. Климентьева. – Хабаровск: Изд-во ДВГУПС, 2013. – 63 с.
6. Герасимов К.Б. Технология управления индивидуальными целями руководителей // Основы экономики, управления и права. – № 5 (17). – 2014. – С. 51–54.
7. Маркетинг: Учебник, практикум и учебно-методический комплекс по маркетингу / Р.Б. Ноздрева, Г.Д. Крылова, М.И. Соколова, В.Ю. Гречков. – М.: Юристъ, 2000. – 568 с.
8. Черняков М.К. Анализ и прогнозирование маркетинговой деятельности на платформе 1С: Предприятие // Вестник Забайкальского государственного университета. – 2014. – № 9. – С. 141–149.
9. Черняков М.К. Информационные системы маркетинга: учебно-методическое пособие / М.К. Черняков; М-во образования и науки Российской Федерации, Новосибирский гос. технический ун-т. – Новосибирск, 2006. – 278 с.

## **ОЦЕНКА СОВРЕМЕННОГО СОСТОЯНИЯ РЫНКА ТРУДА В НОВОСИБИРСКОЙ ОБЛАСТИ**

В связи с кризисными явлениями последних лет российская экономика является крайне нестабильной. Прямым следствием данных негативных тенденций является не только замедление экономического роста, но и ухудшение ситуации на рынке труда, а именно снижение экономической активности населения. Экономически активное население – лица в возрасте, установленном для измерения экономической активности населения, которые в рассматриваемый период (обследуемую неделю) считаются занятыми или безработными.

Как известно, ситуация, складывающаяся на рынке труда, характеризуется занятостью населения и отсутствием либо наличием безработицы. Рассмотрим данные понятия более подробно. Занятые в экономике – лица, которые в рассматриваемый период выполняли оплачиваемую работу по найму, а также приносящую доход работу не по найму как с привлечением, так и без привлечения наемных работников. В численность занятых включаются лица, которые выполняли работу в качестве помогающих на семейном предприятии, лица, которые временно отсутствовали на работе, а также лица, занятые в домашнем хозяйстве производством товаров и услуг для реализации [4].

К безработным, применительно к стандартам Международной организации труда (МОТ), относятся лица в возрасте, установленном для измерения экономической активности, которые в рассматриваемый период (обследуемую неделю) одновременно удовлетворяли следующим критериям:

- не имели работы (доходного занятия);
- занимались поиском работы, т.е. обращались в государственную или коммерческую службу занятости, использовали или помещали объявления в печати, непосредственно обращались к администрации организации или работодателю, использовали личные связи и т.д. или предпринимали шаги к организации собственного дела;
- были готовы приступить к работе в течение обследуемой недели.

Учащиеся, студенты, пенсионеры и инвалиды учитываются в качестве безработных, если они занимались поиском работы и были готовы приступить к ней [3].

Безработица тесно связана с состоянием экономики в целом. В связи с этим множество исследователей занимаются изучением безработицы, выявлением ее основных характеристик, разработкой классификаций данного явления.

Важнейшей задачей любого государства является снижение безработицы и поддержание ее на стабильно низком уровне. Поэтому экономисты совместно с работниками органов статистики регулярно анализируют занятость и безработицу с помощью специально разработанной системы показателей. К таким показателям относятся:

1. Уровень безработицы – определяется как отношение численности безработных определенной возрастной группы к численности экономически активного населения соответствующей возрастной группы, в процентах.
2. Уровень занятости – отношение численности занятого населения определенной возрастной группы к общей численности населения соответствующей возрастной группы, в процентах [8].

Значения уровня занятости и безработицы характеризуют экономическую ситуацию не только в целом по стране, но и в разрезе отдельных субъектов РФ. В связи с этим проведем анализ динамики основных показателей, характеризующих безработицу на территории Новосибирской области.

Прежде всего, проанализируем состояние экономической активности населения, в т.ч. занятости и безработицы за 2008-2015 гг. Абсолютные и относительные значения показателей, характеризующих экономически активное (занятое и безработное население НСО) представлены в таблице 1.

Таблица 1

**Экономическая активность населения, занятость и безработица в НСО в среднем за 2008–2015 гг. [6; 7]**

Год	Экономически активное население, тыс. чел	В том числе:		Уровень экономической активности, в%	Уровень занятости, в%	Уровень безработицы, в%
		Занятые	Безработные			
2008	1441,1	1342,2	98,9	69,1	64,3	6,9
2009	1431	1357	74	68,6	65,1	5,1
2010	1434	1350	84	68,7	64,6	5,9
2011	1440,7	1359,9	80,7	69,0	65,1	5,6
2012	1448,2	1349,3	98,9	69,3	64,6	6,8
2013	1428,6	1319,1	109,5	68,1	62,9	7,7
2014	1410,7	1265	141	67,4	60,7	10,0
2015	1429,6	1325,4	104,2	68,3	63,3	7,3

Из данных таблицы следует вывод о том, что после снижения уровня занятости и повышения уровня безработицы на протяжении с 2008 по 2014 гг., ситуация изменилась в лучшую сторону, что подтверждается ростом уровня занятости и экономически активного населения, а также снижением безработицы в 2015 г.

Уровень занятости населения в Новосибирской области в среднем в 2015 году составил 64,3%, уровень безработицы – 6,9%.

Занятость и безработица тесно взаимосвязаны между собой. В процессе исследования занятости можно дать оценку безработицы. В связи с этим проведем детальный анализ показателей занятости в Новосибирской области за ряд лет. Результаты исследования представлены в таблице 2.

Таблица 2

**Показатели уровня занятости Новосибирской области в 2008-2013 гг. [6]**

Год	Уровень занятости, %	Абсолютный прирост, %		Темп роста, %		Темп прироста, %		Абсолютное содержание 1% прироста, %
		базисный	цепной	базисный	цепной	базисный	цепной	
2008	92,2	1,2	1,2	101,3	101,3	1,3	1,3	1,2
2010	92,6	1,6	0,4	101,8	100,4	1,8	0,4	1,6
2011	92,9	1,9	0,3	102,1	100,3	2,1	0,3	1,9
2012	92,7	1,7	-0,2	101,9	99,8	1,9	-0,2	1,7
2013	91,0	1,2	1,2	101,3	101,3	1,3	1,3	1,2
2014	94,1	1,7	3,1	102,1	101,8	2,9	1,8	1,9
2015	93,1	1,1	-1,0	101,3	101,3	1,3	-1,0	1,2

Для обобщения полученных данных рассчитаем средние показатели динамики:

$$\text{Средний абсолютный прирост: } \bar{\Delta} = \frac{y_n - y_0}{n - 1}$$

$$\text{Средний темп роста: } \bar{T}_p = \sqrt[n-1]{\frac{y_n}{y_0}} \cdot 100$$

$$\text{Средний темп прироста: } \bar{T}_{np} = \bar{T}_p - 100 \text{ [5].}$$

Имеем:

$$\bar{\Delta} = \frac{1,2}{4} = 0,3 \% ; \bar{T}_p = \sqrt[5]{\frac{91,0}{91,0}} \cdot 100 = 100\% ; \bar{T}_{np} = 100,0 - 100 = 0\%$$

Следовательно, за рассматриваемый период уровень занятости в среднем не менялся.

При более подробном изучении занятости можно заметить, что уровень занятости зависит от множества причин. В результате этого численность занятых можно исследовать в зависимости от разных причин, таких как пол, возраст, уровень образования и т.д.

В ходе работы был проведен анализ численности занятых в зависимости от их возраста. Результаты исследования представлены в таблице 3.

Таблица 3

**Состав занятого населения НСО по возрастным группам в 2008-2013 г. (в процентах к итогу) [7]**

Годы	занятые – всего	в том числе в возрасте, лет						Средний возраст, лет
		15–19	20–29	30–39	40–49	50–59	60–72	
2013 год	100	0,8	24,8	26,2	22,0	21,4	4,8	39,8
2012 год	100	0,7	24,6	26,0	21,7	21,7	5,3	39,9
2011 год	100	0,9	24,6	24,5	23,1	21,6	5,2	40,0
2010 год	100	1,4	25,0	23,6	24,5	20,9	4,7	39,8
2009 год	100	1,2	24,6	24,2	25,3	20,8	4,0	39,7
2008 год	100	2,0	24,2	22,8	26,3	20,7	4,0	39,6

На основе данных таблицы 3 за 2008–2013 гг. можно сделать вывод о том, что структура занятого населения существенно не изменялась. Среди общей численности занятых наблюдается высокая доля молодого населения в возрасте 20–29 лет (от 24,2% до 25%) и более старшего поколения в возрасте от 30 до 39 лет (от 22,8% до 26,2%). Средний возраст занятого населения остается практически неизменным (от 39,6 лет до 40,0 лет).

Такая тенденция связана с тем, что в настоящее время категория занятых в возрасте от 20 до 29 лет – это наиболее активная часть населения, предпринимающая попытки реализовать свои жизненные планы в процессе активной работы.

Таким образом, проведя детальный анализ занятости населения НСО, можно сделать вывод о наличии тенденции к снижению безработицы. Однако, несмотря на снижение уровня официальной безработицы, особое внимание следует уделить постоянному росту неофициальной безработицы, которая по оценкам экспертов, составляет 10–30%. Поэтому задачей государства является не только снижение официальной безработицы, но и борьба с неофициальной безработицей.

По прогнозам ученых, несмотря на положительные тенденции, сформировавшиеся на рынке труда в 2014–2015 гг. уровень безработицы в будущем будет неуклонно возрастать в силу экономических причин, а именно сжатия рынков, сокращения доходов, усиления налогового и неналогового давления [2]. В этих условиях первоочередной задачей государства является борьба с безработицей путем внедрения программ подготовки и переподготовки кадров, способных оставаться конкурентоспособными в условиях нестабильного рынка, с одной стороны. В условиях нестабильности современной экономики особо актуальной становится проблема адаптации экономических субъектов к сложившейся ситуации, с другой стороны [1].

#### Литература

1. Ключева И.С., Крымская О.Н. Технопарки РФ: сравнительный анализ // Вестник науки и творчества. – М., 2016. – № 8 (8). – С. 70–78.
2. Манипулирование прибылью с целью ухода от налогов в компаниях, занимающихся производством машин и оборудования / О.Н. Крымская // Современные проблемы и тенденции развития экономики и управления: сборник статей международной научно-практической конференции: в 3-х частях. 2016. С. 91–96.
3. Министерство труда Новосибирской области. URL: <http://www.mintrud.nso.ru/>.
4. Социальная статистика: Учебник / под. ред. И.И. Елисеевой. – М.: Финансы и статистика, 2011. – 234 с.
5. Теория статистики: учеб. / под ред. проф. Г.А. Громыко. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: ИНФРА-М, 2012. – 476 с.
6. Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Новосибирской области [Электронный ресурс]. URL: <http://novosibstat.gks.ru>
7. Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс]. URL: <http://www.gks.ru>
8. Экономическая статистика: Учебник. – М.: ИНФРА-М, 2012. – 234 с.

## **КОММЕРЧЕСКИЙ КРЕДИТ: РАЗВИТИЕ, ПРОБЛЕМЫ, СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ**

Современная кредитная система представляет собой неотъемлемую часть мировой экономики, сложный механизм, вобравший в себя огромное разнообразие форм кредита и кредитных институтов, клубок теснейших взаимосвязей между финансовым и промышленным капиталом.

Существует множество классификаций кредитных операций, в том числе классификация по видам кредиторов, которая предполагает разделение всех операций кредитного характера на следующие классы: банковский кредит, государственный кредит, коммерческий (фирменный) кредит и т.д. В современных условиях конкурентная борьба за сбыт, рыночный механизм взаимодействия продавцов и покупателей способствует все большему усложнению кредитной системы. Поэтому среди всех форм кредита особое место занимает коммерческий (фирменный) кредит.

Коммерческое кредитование является своего рода альтернативой банковскому кредиту. Коммерческий кредит дешевле банковского, кроме того при соответствующей организации кредитной системы он наиболее удобен в использовании. В настоящее время коммерческий кредит получил свое активное развитие в связи с еще большим удорожанием банковского кредита, усложнения условий его предоставления. Это развитие связано с увеличением общего количества товаров, приобретаемых населением и организациями с использованием коммерческого кредитования [9].

Однако в России до сих пор не существует единой налаженной системы коммерческого кредитования, более того, коммерческий кредит по-прежнему является мало изученным, а его основные тенденции, закономерности и проблемы до конца не выявлены. Поэтому данная тема на современном этапе развития российской экономики является особо актуальной и подлежит детальному изучению.

В современной научной литературе существует множество определений и трактовок термина «коммерческий кредит». По мнению Г.Е. Алпатова, коммерческий кредит – это кредит, который предоставляется покупателям продавцами в виде отсрочки платежа за проданные товары или покупателями продавцам в виде аванса или предоплаты за предоставляемые товары [2, с. 427].

В настоящее время существуют следующие причины, показывающие необходимость использования коммерческого кредита:

- 1) ограниченная платежеспособность мелких средних организаций;
- 2) рост стоимости товаров (работ, услуг);
- 3) условия кредитных договоров, затрудняющих получение банковских ссуд, особенно в периоды кризисов [4, с. 29].

Правовое обеспечение коммерческого кредитования определено в ст. 823 Гражданского кодекса РФ, в соответствии с которым к коммерческому кредиту применяются правила, содержащиеся в главе 42 ГК РФ «Заем и кредит», если иное не предусмотрено правилами о договоре, из которого возникло соответствующее обязательство, и не противоречит существу такого обязательства. Данный вывод подтвержден и некоторыми другими законодательными актами [6].

Коммерческий кредит является важной частью как мировой экономики, так и экономики отдельных стран. Поэтому необходима разработанная теоретическая основа данного явления. Выделяют следующие виды предоставления коммерческого кредита:

- 1) аванс (частичная оплата);
- 2) отсрочка платежа;
- 3) рассрочка платежа.

Любой договор купли-продажи, аренды, перевозки или оказания услуг может включать подобные условия оплаты.

В хозяйственной практике обычно показывают пять способов предоставления коммерческого кредита:

- 1) вексельный способ;
- 2) открытый счет;
- 3) скидка при условии оплаты в определенный срок;
- 4) сезонный кредит;
- 5) консигнация [5].

Вексельный способ подразумевает два варианта осуществления сделки.

При первом варианте коммерческий кредит оформляется простым векселем (соло-векселем), который выписывает и подписывает должник, вексель содержит обязательство уплатить кредитору определенную сумму в обусловленный срок и в определенном месте.

Следующий вариант – использование переводного векселя (тратты), который выписывает и подписывает кредитор (трассантом). Он содержит приказ должнику (трассату) оплатить в указанный срок обозначенную в векселе сумму третьему лицу (ремитенту).

Довольно распространенным является способ кредитования по открытому счету, когда покупатель может делать периодические закупки, не обращаясь при этом за кредитом в каждом отдельном случае [4, с. 31].

Другой способ коммерческого кредита – скидка при условии оплаты в определенный срок. Этот способ предусматривает следующее условие: если платеж будет произведен покупателем в течение оговоренного в контракте периода после выписки счета, то из цены товара вычитается скидка. В противном случае вся сумма должна быть выплачена в установленный срок [1, с. 38].

Сезонный кредит обычно применяется в процессе продвижения на рынок товаров и услуг, носящих периодический (так называемый «сезонный» характер). Этот способ позволяет приобретать товары и услуги в течение всего финансового периода, при этом целью будет сделать нужные запасы до пика сезонных продаж, а затем отсрочить платеж производителю до конца этих продаж [4, с. 30].

Консигнация – способ коммерческого кредитования, при котором организация может получить товарно-материальные ценности без обязательства оплатить их по факту отгрузки. Если товары будут проданы, то будет осуществлен платеж их производителю, а если нет, то организация может вернуть товар. Консигнация обычно применяется при реализации новых, нетипичных товаров, спрос на которые трудно прогнозировать, а также на мало изученных новых рынках [3, с. 12].

В настоящее время в связи с кризисными явлениями в экономике России наблюдается увеличение просроченной задолженности предприятий, и в частности рост просроченной задолженности по коммерческим векселям. Данная проблема является очень актуальной, поскольку это явление получает все большее распространение и отчасти парализует всю систему коммерческого кредитования. Чтобы рассмотреть сущность, направления экономические последствия преобразований в РФ в рамках смены экономического строя [7, 8] необходимо рассмотреть динамику задолженности покупателей поставщикам и подрядчикам за 1996 по 2014 гг., которая представлена в табл. 1.

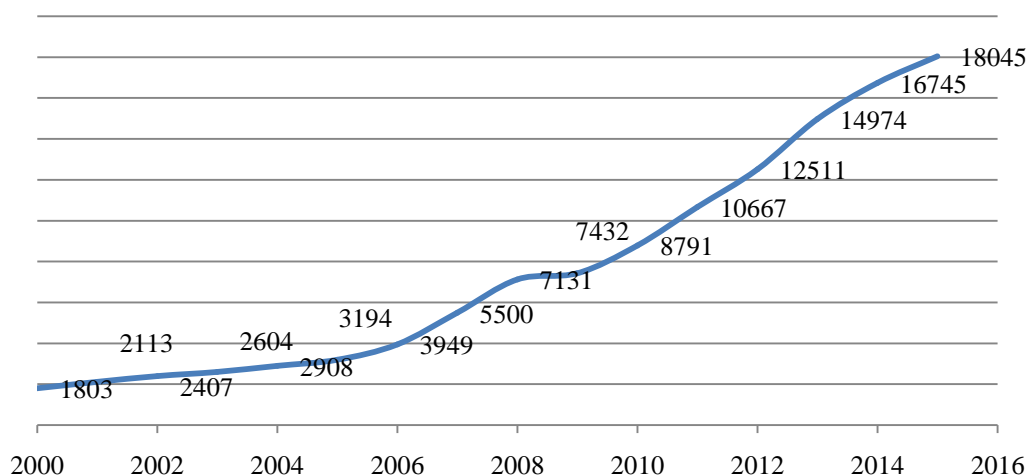
Таблица 1

**Задолженность предприятий поставщикам и подрядчикам с 1996 по 2014 гг. на конец года, млрд руб.**

Год	Задолженность поставщикам и подрядчикам	Просроченная задолженность поставщикам и подрядчикам	Из неё по полученным векселям	Просроченная задолженность поставщиками подрядчикам, в% от общей задолженности поставщикам и подрядчикам	Просроченная задолженность поставщикам и подрядчикам по полученным векселям, в% от просроченной задолженности поставщикам и подрядчикам
1996	487,0	246,0	3,2	50,5	1,3
1998	1180,0	586,0	5,5	49,7	0,9
2000	1803,0	712,0	7,4	39,5	1,0
2002	2407,0	710,0	6,5	29,5	0,9
2004	2908,0	569,0	4,9	19,6	0,9
2006	3949,0	475,0	0,9	12,0	0,2
2008	7131,0	716,0	0,4	10,0	0,001
2010	8791,0	721,0	0,6	8,2	0,01
2012	12511,0	911,0	1,0	7,28	0,1
2014	16745,0	1451,0	2,2	8,7	0,2

Исходя из информации, представленной в таблице, можно сделать вывод о том, что удельный вес просроченной задолженности в общей задолженности предприятий перед поставщиками и подрядчиками, а также удельный вес просроченной задолженности по полученным векселям в просроченной задолженности перед поставщиками и подрядчиками с 2010 по 2014 имеют тенденцию к увеличению. Это значит, что некоторые российские предприятия в силу влияния отрицательных факторов как внешней, так и внутренней экономики (получивших развитие за последние годы) оказались неспособными исполнять свои обязательства по коммерческому кредиту в целом, а также по вексельному коммерческому кредиту в частности.

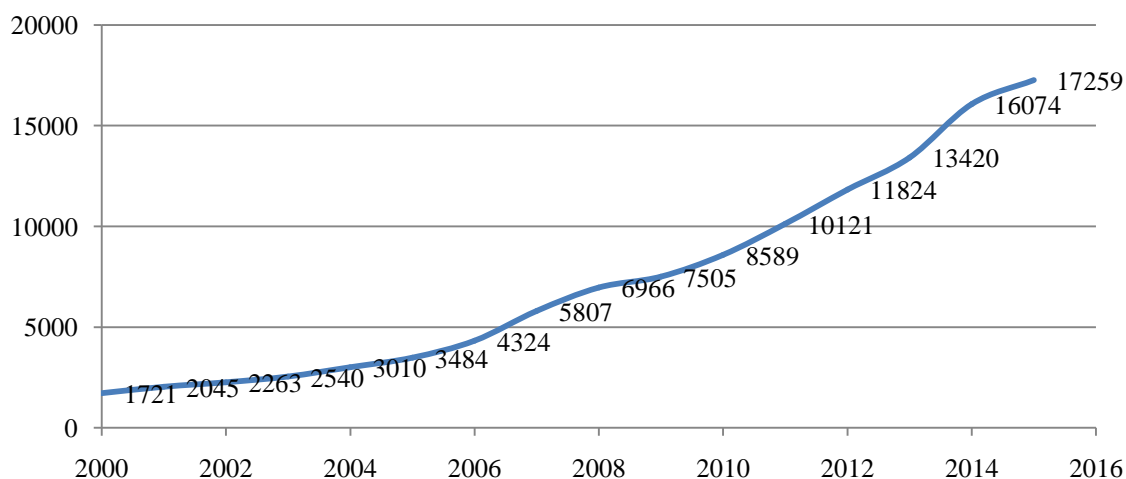
В настоящее время наблюдается рост кредиторской задолженности предприятий как в общем, так и задолженности поставщикам и подрядчикам в частности. Аналогичная ситуация характерна и для дебиторской задолженности. Следовательно, растут показатели предоставления коммерческого кредита способом открытого счета, поскольку основная часть кредиторской и дебиторской задолженности отражается именно на открытых счетах предприятий. Динамика кредиторской задолженности организаций поставщикам и подрядчикам за период с 2000 по 2015 гг. представлена на рис. 1.



**Рис. 1. Динамика задолженности организаций поставщикам и подрядчикам за период с 2000 по 2015 гг.**

Анализируя данные за исследуемый период, представленные на рисунке, можно сделать вывод о том, что кредиторская задолженность российских компаний имеет тенденцию к постоянному увеличению. Это значит, что величина предоставления коммерческого кредита способом открытого счета тоже возрастала в течение изучаемого периода.

Динамика дебиторской задолженности покупателей и заказчиков организациям за период с 2000 по 2015 гг. представлена на рис. 2.



**Рис. 2. Динамика задолженности покупателей и заказчиков организациям за период с 2000 по 2015 гг.**

Анализируя данные за изучаемый период, можно сделать вывод о постоянном росте дебиторской задолженности организациям, следствием которого является рост объемов предоставления коммерческого кредита организациям.

Таким образом, сегодня в России сложилась ситуация, при которой лишь коммерческое кредитование реального сектора может служить мощным источником улучшения положения промышленных предприятий, поскольку из-за тяжелой экономической ситуации в экономике страны в настоящее время ставки банковских кредитов являются слишком высокими и не соответствуют реальным возможностям организаций. Пусть коммерческий кредит и не решит всех сегодняшних проблем, но в активном и гибком сочетании с другими инструментами рыночной экономики он может привести к позитивным сдвигам в общем экономическом развитии [4, с. 36].

## Литература

1. Азбукин, А.В. Коммерческое кредитование в России / А.В. Азбукин // Банковское дело. – 2002. – № 3. – С. 36–39.
2. Алпатов, Г.Е. Деньги, кредит, банки: Учебник / Г.Е. Алпатов, Ю.В. Базулин. – М.: ТК Велби, изд-во Проспект, 2003. – 624 с.
3. Вицко Е.А. Коммерческий кредит и его развитие в современной экономике России [Электронный ресурс]. – СПб., 2009. – Режим доступа: <http://economy-lib.com/disser/309380/> (дата обращения: 07.05.2016).
4. Гаджиев, А.А. Организация коммерческого кредита и его роль в развитии экономики / А.А. Гаджиев, А.М. Сулейманова, Э.С. Агаметова // Финансы и кредит. – 2009. – № 30. – С. 29–36.
5. Коммерческий кредит в деятельности предприятий [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://finestud.ru/otvety-k-ekzamenu-po-finansam/194-kommercheskij-kredit-v-deyatelnosti-predpriyatij.html> (дата обращения: 12.05.2016).
6. О практике применения положений Гражданского кодекса Российской Федерации о процентах за пользование чужими денежными средствами: Постановление Пленума Верховного Суда РФ N 13, Пленума ВАС РФ N 14 от 08.10.1998 (ред. от 24.03.2016) [Электронный ресурс] // СПС «КонсультантПлюс».
7. Руди Л.Ю., Тропникова Т.А., Ключева И.С. Институциональные преобразования жилищной системы РФ: социальный аспект // Электронный научный журнал. – № 3. – 2015. – С. 323–330.
8. Руди Л.Ю., Тропникова Т.А., Ключева И.С. Трансформация жилищной системы Российской Федерации: некоторые итоги // Мы продолжаем традиции российской статистики: сборник докладов Международной научно-практической конференции «I Открытый российский статистический конгресс». – Новосибирск, 2016. – С. 190–196.
9. Крымская О.Н. Рынок мобильных приложений: современное состояние и перспективы развития // Качество и полезность в экономической теории и практике: Материалы VIII Всероссийской заочной научно-практической конференции с международным участием. Новосибирский государственный университет экономики и управления, 2016. С. 218–225.

УДК 368.911

**А.А. Крячко, студент**

*Научный руководитель: Е.И. Васильченко, доцент*

*г. Краснодар, Кубанский государственный аграрный университет им. И.Т. Трубилкина*

## СТРАХОВАНИЕ ЖИЗНИ В РОССИИ

Вопрос об изучении структуры и взаимосвязи элементов национальной страховой системы с точки зрения системного подхода поднимали многие ученые и практики. Например, Годин А.М. считает, что страхование – это обеспечение защиты имущественных интересов физических и юридических лиц Российской Федерации, субъектов Российской Федерации и муниципальных образований при наступлении страхового случая [1, с. 4]. Никулина Н.Н. в продолжение дискуссии страхование понимает как способ возмещения убытков, понесенных физическим и юридическим лицом, по средствам их распределения между многими лицами (страховой совокупностью), возмещение убытков производится из средств страхового фонда, находящегося в ведении страховой организации (страховщика) [2, с. 4]. Из данных положений можно сделать вывод, что под широкое понятие страхования попадают все экономические отношения, выражающие формирование специальных денежных фондов из взносов физических и юридических лиц и последующее использование этих фондов для возмещения тем же или иным лицам ущерба (вреда) при наступлении неблагоприятных событий в их жизни и деятельности, а также для выплат в иных, обусловленных условиями страхования, случаях. Для более детального подхода необходимо рассмотреть и функции страхования, обычно выделяют 4 основных функции:

1. Рисксовая, состоит в обеспечении страховой защиты от разноговида рисков – случайных событий, ведущих к потерям.
2. Инвестиционная, проявляется в том, что за счёт временно свободных ресурсов страховых фондов (страховых резервов) страховые компании производят финансирование различных сфер экономики.
3. Предупредительная, состоит в том, что за счёт части средств страхового фонда финансируются мероприятия по уменьшению страхового риска.
4. Сберегательная, реализуется при проведении отдельных видов страхования жизни – накопительного страхования. Страховая компания одновременно предоставляет клиенту страховую защиту и выполняет функцию сберегательного учреждения.

Также стоит выделить и виды страхования, которых очень много на практике: страхование имущества, страхование ответственности, личное страхование, и страхование финансовых и специфических рисков, медицинское страхование, страхование транспортных средств, страхование общей гражданской ответственности перед третьими лицами, страхование выезжающих за рубеж, огневые



риски и риски стихийных бедствий, жилищное страхование, страхование грузов и многие другие. В данной статье будет изучено страхование жизни в России, так как это направление может стать ведущим в отечественном рынке страхования в 2017 г.

К страхованию жизни относят те виды страхования, где объектом страхования выступает человеческая жизнь. Но по причине невозможности определить стоимость жизни человека, страховые организации ориентируются на доход клиента. Объектом защиты выступает не столько жизнь, сколько доход человека. В среднем сумма страховой защиты колеблется от 3 до 10 годовых доходов клиента.

Программы страхования жизни, предлагаемые сегодня страховыми компаниями, можно разделить на несколько основных групп, которые представлены в таблице 1.

Таблица 1

**Основные группы программ страхования жизни (составлена по данным ЦБ) [3, с. 4]**

Программы страхования жизни	Основные черты	Особенности
1. Рисковое страхование жизни	Это страховая защита при случаях наступления неблагоприятных событий, связанных с здоровьем и жизнью застрахованного лица.	Разновидностью рискового страхования является кредитное страхование жизни, при котором выгодоприобретателем выступает банк, выдавший кредит. Это вид страхования создан для того, чтобы при наступлении самого негативного исхода бремя выплаты кредита не легло на плечи близких застрахованного лица.
2. Накопительное страхование жизни	Представляет собой формирование накоплений к определенному событию или дате, и это одновременная страховая защита здоровья и жизни. Это сочетает с себе функции страховой защиты и создания накоплений.	Механизм работы заключается в том что: после первого взноса у клиента появляется право на страховую защиту: По риску «дожитие» – по окончании срока страхования накопления будут гарантированно возвращены клиенту. По риску «уход из жизни» – в случае ухода застрахованного лица из жизни право на гарантированную выплату назначенным людям или наследникам (выгодоприобретателям).
3. Инвестиционное страхование жизни	Инструмент инвестирования с шансом получить высокий доход, если рынок будет развиваться, и гарантией возврата взноса, если рынок начнет падать.	Главной особенностью программы выступает немедленная компенсация в случае ухода из жизни застрахованного лица.

Далее необходимо рассмотреть плюсы и минусы страхования жизни, для наглядности воспользуемся таблицей 2.

Таблица 2

**Преимущества и недостатки страхования жизни**

Преимущества	Недостатки
1. Индивидуальный подход. Конкретно для каждого клиента разрабатывается и рассчитывается долгосрочная программа учетом всех пожеланий и факторов.	1. Долгосрочность. При существенном уровне инфляции взносы могут быстро обесцениваться, а «выход» из данных договоров без тяжелых потерь невозможно.
2. Льготный режим налогообложения. Налогами не облагаются выплаты по рисковым событиям, таким как: уход из жизни, инвалидность и другие.	2. Нет гарантий возврата взносов при отзыве лицензии страховой компании. Сегодня в нашей стране отсутствует механизм государственных гарантий, как в фонде страхования вкладов в банковской сфере. Сложно спрогнозировать, что будет через 5–10 лет с отдельным страховщиком и рынком в целом.
3. Особый статус полисов страхования жизни. Данный документ не является имуществом и, поэтому, не подлежит конфискации, аресту или разделу, при разводе. На него не может быть наложено взыскание со стороны третьих лиц.	3. Небольшая доходность (накопительное страхование) Прибыль по договорам накопительного страхования жизни значительно проигрывает другим инструментам, например банковским вкладам.
4. Практичность. При заключении одного договора, вам предоставляется защита от непредвиденных ситуаций, сохранность и накопление ваших средств. Нет временных затрат на выбор двух контрагентов.	
5. Неизменность условий договора. Данные по состоянию здоровья обязательно запрашиваются страховщиком при заключении договора. Тариф и риски, от которых зависит	

страхование, будут определены в момент заключения договора и останутся неизменными в течение всего срока, несмотря на возможное появление каких-либо заболеваний.

Как мы видим, преимуществ получилось больше, так же считают и жители России, которые обеспечивают развитие данной сферы страхования. Об этом говорит и статистика, предоставленная институтом страхования ВСС по данным Банка России. Это можно заметить в динамике структуры сборов на диаграмме ниже.



Рис. 1. Динамика структуры страховых сборов

Можно пронаблюдать рост сегмента страхования жизни (+5 п.п.), а на следующем рисунке мы видим, что рынок страхования жизни продолжает расти и показывает лучшую динамику на рынке за 1 квартал 2016 года (+18 млрд руб. сборов +77,1% к показателю 1 кв. 2015 г.).



Рис. 2. Динамика сборов и выплат по страхованию жизни

Рост выплат составил +1,3 млрд руб. (+26%). Вероятно, что по итогам 2016 года рынок страхования жизни, станет одним из драйверов развития страхового рынка России в целом благодаря инициативам страховых компаний в части разработки новых продуктов и активной работе страховых посредников, прежде всего, розничных банков.

На основании проведенных исследований можно сделать вывод, что рынок страхования жизни в России играет колоссальную роль и его дальнейшее развитие является очень актуальной проблемой, для населения страны. И не смотря на имеющиеся минусы страхование жизни имеет определенные перспективы для роста.

#### Литература

1. Годин А.М., Демидов С.Р., Фрумина С.В. Страхование: учебник. Издательско-торговая корпорация «Дашков и К<sup>о</sup>», 2013. – С. 8.
2. Никулина Н.Н. Страхование. Теория и практика: учеб. пособие. ЮНИТИ-ДАНА, 2012. – С. 7.
3. Официальный сайт Банка России. URL: <https://www.cbr.ru>

## УПРАВЛЕНИЕ ДЕБИТОРСКОЙ ЗАДОЛЖЕННОСТЬЮ ООО «ОЗК» АЗОВСКОГО РАЙОНА ОМСКОЙ ОБЛАСТИ

Дебиторская задолженность – это сумма долга, которая причитается предприятию от граждан или других юридических лиц. Возникновение дебиторской задолженности на предприятии является объективным процессом его хозяйственной деятельности.

Дебиторская задолженность возникает между контрагентами в момент, когда переход права собственности на товары, работы и услуги не совпадает с моментом их фактической оплаты. Ее можно считать частью оборотного капитала предприятия.

Дебитор – это лицо, которое непосредственно является должником перед предприятием [2, с. 37].

Управление дебиторской задолженностью включает в себя следующие направления деятельности:

- контроль за образованием и состоянием дебиторской задолженности;
- определение политики предоставления кредита и инкассации для различных групп покупателей и видов продукции (кредитной политики);
- анализ и ранжирование клиентов (на основе кредитных историй);
- контроль расчетов с дебиторами по отсроченным и просроченным задолженностям (на основе реестра старения дебиторской задолженности);
- прогноз поступлений денежных средств от дебиторов (на основе коэффициентов инкассации).

Дебиторская задолженность по своей сути включает в себя затраты на производство неоплаченных в срок товаров или услуг, которые предприятие оплачивает за счет собственных или заемных средств. Если сумма неплатежа превысит финансовые возможности организации, то предприятие станет банкротом, так как не сможет оплатить счета поставщиков. Увеличение дебиторской задолженности свидетельствует о снижении ликвидности. В таблице 1 приведен анализ оборачиваемости дебиторской задолженности.

Таблица 1

### Анализ оборачиваемости дебиторской задолженности в ООО «ОЗК» за 2013-2015 гг.

Показатели	2013 г.	2014 г.	2015 г.	Темп роста 2013/2015
Выручка, тыс. руб.	195487	210676	246465	126,08
Оборотные активы, тыс. руб.	34328	28750	58591	170,68
Дебиторская задолженность, тыс. руб.	17667	20681	17810	100,81
из нее: краткосрочная	17667	20681	17810	100,81
долгосрочная	-	-	-	-
сомнительная дебиторская задолженность	1,58	0,77	0,77	48,73
Оборачиваемость дебиторской задолженности, оборотов	1,1	1,1	1,3	118,18
в том числе краткосрочной	1,1	1,1	1,3	118,18
Отношение дебиторской задолженности к выручке	0,090	0,098	0,072	80
Доля дебиторской задолженности в объеме оборотных активов, %	51,5	71,9	30,4	59,03
Доля краткосрочной дебиторской задолженности в общем объеме дебиторской задолженности, %	100	100	100	100
Доля сомнительной дебиторской задолженности в общем объеме дебиторской задолженности, %	0,01	0,004	0,004	40
Период погашения дебиторской задолженности, дней	27	33	28	103,7

По данным таблицы видно, что на предприятии отсутствует долгосрочная дебиторская задолженность. Сомнительная дебиторская задолженность уменьшилась на 51,27%. Оборачиваемость дебиторской задолженности увеличилась на 18,18%.

При анализе оценивают состав и структуру дебиторской задолженности, которые приведены в таблице 2.

Таблица 2

**Состав и структура дебиторской задолженности в ООО «ОЗК» за 2013-2015 гг.**

Показатели	2013 г.		2014 г.		2015 г.		Темп роста 2015/2013
	тыс. руб.	% к итогу	тыс. руб.	% к итогу	тыс. руб.	% к итогу	
ДЗ, платежи по которой ожидаются в течение 12 месяцев после отчетной даты	-	-	-	-	-	-	-
в том числе: поставщики и подрядчики	322,06	1,83	405,69	1,97	801,76	4,5	248,95
авансы выданные	17254,63	98,16	20226,31	98,3	17006,83	95,49	98,56
Дебиторская задолженность, платежи по которой ожидаются более чем через 12 месяцев после отчетной даты	1,58	0,01	0,77	0,01	0,77	0,01	48,73
Всего	17578,27	100	20632,77	100	17809,36	100	101,31

Таким образом можно сделать вывод, что в общем объеме дебиторской задолженности ООО «Омская заготовительная компания» авансы выданные занимают наибольший удельный вес. С 2013 года по 2015 год произошло увеличение дебиторской задолженности по расчетам с поставщиками и подрядчиками на 2,67%, в то время как авансы выданные уменьшились на 2,57%.

Финансовое состояние ООО «Омская заготовительная компания» к концу 2015 года заметно ухудшилось. Предприятие имеет неустойчивое финансовое состояние и ему не хватает собственных средств для покрытия обязательств. Наибольший объем дебиторской задолженности за анализируемый период был в 2014 году, что составило 20632,77 тыс. руб., а в 2015 году эта цифра понизилась на 2823,41 тыс. руб.

Для восстановления финансовой устойчивости компании можно предложить оптимизировать структуру пассивов и увеличить оборачиваемость запасов.

Необходимо также учитывать показатели платежеспособности и ликвидности предприятия. Ликвидность – это способность оборотных средств превращаться в денежную наличность. В таблице 3 представлены финансовые коэффициенты ООО «ОЗК» за 2013-2015 гг.

Таблица 3

**Финансовые коэффициенты ООО «ОЗК» за 2013-2015 гг.**

Наименование коэффициента	2013 г.	2014 г.	2015 г.	Нормативное значение
Коэффициент автономии	0,2	0,3	0,2	0,5
Коэффициент отношения собственных и заемных средств	3,3	2,8	3,2	<1
Коэффициент маневренности	0,3	-0,1	0,02	0,5
Коэффициент абсолютной ликвидности	0,00006	0,00003	0,01	>0,2
Коэффициент текущей ликвидности	1,08	1,0	1,0	>2
Коэффициент критической ликвидности	0,6	0,7	0,3	>1
Коэффициент общей платежеспособности	1,3	1,4	1,3	>2
Коэффициент обеспеченности собственными средствами	0,1	-0,05	0,005	0,1

По данным таблицы 3 можно сделать вывод, что ООО «Омская заготовительная компания» не может покрыть все свои обязательства за счет собственных средств, так как коэффициент автономии меньше нормативного значения. Финансовое положение предприятия не стабильно, так как источники заемных средств превышают собственные. Недостаток собственных оборотных средств связан с изменением прибыли от осуществления финансовой деятельности.

На основе проведенных анализов ООО «ОЗК» можно предложить следующие мероприятия:

- для повышения платежеспособности предприятия необходимо повысить оборачиваемость дебиторской задолженности, реализовать излишние запасы или постепенно сократить их уровень, избавиться от неиспользуемых основных средств.

- показатель быстрой ликвидности равен 0,32, рекомендуемое значение не менее 1, чтобы коэффициент принял нормальное значение ООО «ОЗК» необходимо сократить краткосрочные обязательства или увеличить высоколиквидные активы на 39859 тыс. рублей.

- показатель абсолютной ликвидности равен 0,01, рекомендуемое значение не менее 0,2, чтобы коэффициент принял нормальное значение ООО «ОЗК» необходимо сократить краткосрочные обязательства в пассивах организации на 55081 тыс. рублей за счет перевода части краткосрочной задолженности в долгосрочную или увеличить высоколиквидные активы на 11016 тыс. рублей за счет снижения доли внеоборотных активов.

– за счет снижения запасов, переведя их в более ликвидные активы – краткосрочную дебиторскую задолженность, финансовые вложения или денежные средства на 10839 тыс. рублей, можно повысить платежеспособность организации. Также это можно сделать за счет ускорения оборачиваемости активов. Оборачиваемость зависит от производственного цикла, сокращение цикла позволит менее ликвидным запасам превратиться в высоколиквидные активы. Добиться повышения оборачиваемости можно за счет ужесточения платежной дисциплины покупателей – снижение периода взыскания дебиторской задолженности.

#### Литература

1. Герасимова Е.Б., Редин Д.В. Финансовый анализ. Управление финансовыми операциями: учебное пособие [Электронный ресурс] / Е.Б. Герасимова, Д.В. Редин. – М.: Форум: НИЦ ИНФРА-М, 2014. – 192 с. – Режим доступа: <http://www.znaniium.com> (дата обращения: 27.03.2017).
2. Куприянова Л.М. Финансовый анализ: учебное пособие [Электронный ресурс] / Л.М. Куприянова. – М.: НИЦ ИНФРА-М, 2015. – 157 с. – Режим доступа: <http://www.znaniium.com> (дата обращения: 27.03.2017)
3. Бухгалтерская отчетность ООО «ОЗК» за 2013–2015 гг.

УДК 336.7

**А.О. Кулик, студент**

*Научный руководитель: А.Ю. Аджиева, канд. экон. наук, доцент  
г. Краснодар, Кубанский государственный аграрный университет им. И.Т. Трубилина*

### ОСОБЕННОСТИ ИНФЛЯЦИОННЫХ ПРОЦЕССОВ В РОССИИ ЗА 2012–2016 гг.: ПРИЧИНЫ, ПОСЛЕДСТВИЯ

Рассматривая инфляцию в российской экономике, необходимо учитывать все многообразие условий протекания этого процесса. Поэтому следует акцентировать внимание на макроэкономической динамике страны, структуре экономики, денежно-кредитной, бюджетной политике, особенностях спроса и предложения.

В Российской Федерации инфляция выше по сравнению с развитыми странами и лишь в малой степени она обусловлена приростом денежной массы и эмиссионной деятельностью Банка России. Специфика инфляции в РФ проявляется в её развитии в условиях, как дефицита, так и профицита государственного бюджета. В настоящее время в связи с экономическим кризисом, резким падением мировых цен на нефть, девальвацией рубля, сокращением доходов бюджета, государственный бюджет Российской Федерации является дефицитным. Важным фактором инфляции в России является рост цен на импортируемые товары (60% потребительского рынка), «бегство» российского капитала за рубеж, лишая страну источника инвестирования. В 2012 г. (инфляция 6,1%) наблюдался рост оптовых цен, что повлекло рост отпускных цен в рознице. Причинами снижения инфляции выступили: низкий потребительский спрос, укрепление курса рубля, рост объема импорта дешевой плодоовощной продукции, снижение монетарного воздействия. Антиинфляционными мерами явились: таргетирование инфляции; ужесточение антимонопольных мер; повышение учетной ставки, обязательных резервов; снижение импортных пошлин; сокращение государственных расходов на оборону. На инфляцию рубля также оказывают влияние потребительский спрос и кредитные программы. Влияние здесь обоюдное. Чем выше инфляция, тем быстрее движение денег, больше спрос, и наоборот. В 2013 г. инфляция составила 6,6%. Обеспечило это высокое предложение и низкая динамика цен на продовольственные товары [1, с. 217].

Инфляция в РФ за 2014 г. составила 6,5%. Основной вклад внес рост цен на продовольственные товары. Причинами инфляции явилось повышение курса национальной валюты и рост инфляционных ожиданий в начале года. Мерами усовершенствования антиинфляционной политикой стали усиление денежно-кредитной политики (сокращение денежной массы за счет роста процентных ставок), а также создание запасов на товары и продукты сезонного спроса (зерно, дизельное топливо) [4, с. 388].

В 2015 г. уровень инфляции в РФ, по данным Росстата, составил 11,4%. Причинами инфляции служат резкое падение курса рубля в связи со снижением мировых цен на нефть, рецессия в экономике, дефицит госбюджета, введение санкций. В настоящее время в связи с резким снижением мировых цен на нефть, кризисным состоянием российской экономики, действием санкций со стороны США и

ЕС по отношению к РФ, девальвацией курса рубля, произошло значительное повышение уровня цен, и инфляция вышла за пределы планируемых параметров. Инфляция негативно сказывается на экономике страны. Экономические показатели РФ в 2015 г. оказались хуже прогнозов: рост ВВП составил 0,6% вместо 2,5%, инфляция достигла 11,4% вместо ожидаемых 5%.

Согласно прогнозам Центробанка РФ, уровень инфляции в 2016 году колебался в пределах 8%, приблизительно такой же прогноз давал и Минэкономразвития. В свою очередь, эксперты МВФ, менее оптимистичны в данном вопросе, поскольку, по их мнению, несмотря на то, что официальная инфляция в России, безусловно, в 2017 году начнет снижаться, ее уровень все же будет высок и составит, вероятнее всего – 10%. Причины такого уровня все те же, а именно: международные экономические санкции, ослабление курса рубля и падение цен на нефть, дефицит госбюджета. Россия – одна из главных стран-экспортеров нефти в мире, и львиную долю дохода в госбюджет составляют именно поступления от нефтегазового комплекса. Государственный бюджет России верстался из 96 долларов за баррель. Но фактическая цена была на более низком уровне, упала ниже 40 долларов за баррель, и соответственно бюджет для бездефицитного состояния недополучал от нефтекомплекса как минимум треть запланированного [5, с. 15].

Каковы же основные социально-экономические последствия инфляции? Во-первых, как уже было сказано, инфляция характеризуется обесценением денег, соответственно упали реальные доходы населения. Больше же всех потеряли «бюджетники», в том числе и пенсионеры, студенты и другие, кто получает фиксированный доход. Во-вторых, ввиду падения реальных доходов населения упало и качество жизни россиян. В-третьих, сбережения россиян резко сократились. Количество обладателей сбережений рухнуло с 75% в 2014 году до 31% в 2016 году, а сейчас имеются лишь у 27% российских семей.

Таким образом, инфляционные процессы в современной экономике характеризуются разбалансированием денежной и товарной массы, высокой степенью монополий, деформированием общей структуры экономики. Важнейшими проявлениями инфляции в России служат повышение тарифов монополий и повышение цен на товары первой необходимости. Период с 2012 по 2016 год относительно факторов, влияющих на инфляцию, можно разделить на 2 этапа: 2012-2014 гг. и 2015–2016 гг.. так, в 2012 году отмечается скачок инфляции вниз по сравнению с 2011 г., и составила инфляция 6,1%. К причинам этому можно отнести укрепление курса рубля и как следствие рост потребительского импорта, а также сезонный фактор, когда произошло снижение цен на плодоовощную продукцию в июле-августе. В 2013–2014 гг. инфляция держалась примерно на уровне 6,5%, заметного изменения относительно предыдущего года не отмечалось. 2014–2015 гг. считаются началом экономического кризиса в Российской Федерации. Можно выделить несколько факторов, повлиявших на возникновение и развитие экономического кризиса и соответственно негативно сказавшихся на уровне инфляции в РФ. Один из таких факторов – резкое снижение мировых цен на нефть. Внешнеторговая структура РФ является нерациональной. Большую часть экспорта (70%) составляют энергоносители. Начиная с 2000-х гг., в экономике России отмечался так называемый «эффект Гронингена» – негативный эффект, связанный с укреплением национальной валюты (вызванным ростом цен на экспортируемую нефть), приводящий к приоритетному развитию сырьевого сектора в ущерб производственному. Высокие цены на нефть (около 100 долл. за баррель) привели к усилению зависимости российской экономики от ТЭК и увеличению его роли в экономике (40–50% российского бюджета формируется за счёт нефтегазовых доходов). Таким образом, существует сильная зависимость доходов федерального бюджета от внешнеэкономической конъюнктуры. Государственный бюджет РФ на 2015 г. был сбалансирован из расчёта цены нефти около 93 долл./барр. Резкое сокращение мировых цен на нефть привело к сокращению выручки от экспорта энергоносителей и дефициту бюджета. Падение цен было вызвано превышением предложения над спросом, причиной которого стали: спад спроса на нефть, увеличение добычи нефти и газа на внутреннем рынке США в результате сланцевой революции, отказ стран ОПЕК сокращать добычу. Еще один фактор – экономические санкции. Конфликт на Украине привел к установлению санкций со стороны США, ЕС и других стран по отношению к России. Санкции оказывают на российскую экономику серьезное негативное влияние. По оценкам экспертов, на санкции приходится 25–30% проблем российской экономики. Санкции сказываются на темпах экономического роста РФ. По данным Минфина, в 2015 г. прирост ВВП РФ составил 0,5%. Суммарный ущерб от санкций на конец 2015 г. оценивается в 40 млрд долл. Санкции в отношении отдельных отраслей российской экономики ведут к ухудшению их финансового состояния, условий заимствования, росту рисков и усилению оттока капитала, ухудшению инвестиционной привлекательности РФ. Так, чистый вывоз капитала, по данным ЦБ РФ, по итогам первого квартала 2015 г. достиг 50,6 млрд долл. Следствием санкций стала нехватка финансовых ресурсов в стране из-

за сужения возможностей получения кредитов на внешних рынках, повышение процентных ставок, ухудшение состояния платежного баланса и снижение золотовалютных резервов страны. Все вышеперечисленные факторы привели к значительной девальвации российского рубля, повышению уровня инфляции в стране, снижению реальных доходов населения, ухудшению потребительской уверенности, сокращению инвестиций в основной капитал. В результате сокращается спрос, что в свою очередь негативно влияет на темпы экономического роста и состояние госбюджета. В настоящее время экономика страны вступила в фазу экономической рецессии, что ведет к сокращению промышленного производства и занятости. Денежно-кредитную политику, а в частности и антиинфляционную политику, от имени государства осуществляет Банк России. Основной задачей Центрального Банка является защита национальной валюты, которая обеспечивается посредством ценовой стабильности. Ценовая стабильность подразумевает под собой умеренную, предсказуемую, низкую инфляцию, которая возможна при правильной государственной экономической политике. В «Основных направлениях единой государственной денежно-кредитной политике на 2015 год и период 2016 и 2017 годов» были установлены цели по инфляции: 5% в 2015 году, 4,5% в 2016 году и 4% в 2017 году. Данные расчеты были установлены Банком России на основе базового сценария. Однако в 2015 году развитие экономики страны существенно отклонилось от базового сценария, государству пришлось перестроить денежно-кредитную политику в условиях непредвиденных обстоятельств, а именно ухудшения экономической ситуации, девальвации на нефтяном рынке. Эти факторы оказали влияние и на уровень инфляции: 2015 год – 11,4%, 2016 год – 13,91%. Что же предпринималось Банком России в период 2015–2016 гг. для урегулирования и стабилизации инфляции? Целью является снижение инфляции до 4% в среднесрочном периоде и дальнейшее ее удержание в пределах данного уровня [2, с. 67].

Банк России, проводя политику таргетирования инфляции, для ее сдерживания неоднократно изменял ключевую ставку: 31 октября 2015 ставка повышена с 8% до 9,5%, а максимального значения ставка достигла 16 декабря 2015 года до 17% годовых. Это позволило поддержать доверие к национальной валюте и ограничить спекуляции против нее. За увеличением ключевой ставки последовало и увеличение процентных ставок по банковским вкладам, что ограничило масштаб роста цен. По мере ослабления инфляционного давления, снижалась и ключевая ставка Банком России, и 3 августа по сегодняшний день ставка составляет 11%.

1. Важную роль в формировании инфляции играют ожидания экономических агентов по поводу ее дальнейшего изменения. Ввиду этого Банком России проводилась активная информационная политика, которая позволила снизить инфляционные ожидания и увеличила эффективность проводимой денежно-кредитной политики. Помимо этого, Банк России, регулярно раскрывая информацию о своей деятельности, повысил доверие к себе и способствовал улучшению понимания и разъяснения инфляционных процессов в стране среди населения.

2. Ввиду тенденции к ослаблению рубля по отношению к мировым валютам Центральным Банком проводились, значительны валютные интервенции, призванные сгладить колебания курса национальной валюты. За январь-февраль 2016 года объем нетто-продажи иностранной валюты Банком России составил 70,5 млрд долларов США. Наибольший объем продаж осуществлялся в марте и октябре 2016 г., 25,4 и 29,3 млрд долларов, когда давление на курс было особенно сильным.

3. Еще одним из направлений, повлиявшем на удержание инфляции, явилось умеренная индексация на услуги естественных монополий, в первую очередь ЖКХ. Так она проводилась с учетом обязательной социальной поддержки малоимущим семьями и с учетом индивидуальных особенностей региона [5, с. 15].

Тем не менее, антиинфляционная политика – это явление достаточно неоднозначное, которое имеет как свои плюсы, так и минусы. Когда Центральный Банк РФ снижает ключевую ставку, это ведет к снижению процентных ставок коммерческих банков, стимулируя кредитование. Соответственно это приводит к росту инвестиций и потребления, но инфляционное давление при этом может увеличиваться. Напротив, высокие процентные ставки сдерживают уровень инфляции, но также сдерживают и инвестиционную активность, потребление и способствуют росту сбережений.

Важно использовать эффективные меры для стабилизации экономики России и ее финансовой системы, роста и развития промышленности. Но споры по разработке наиболее приемлемой антиинфляционной модели среди экономистов ведутся уже давно. Важно помнить, что задача антиинфляционной модели – это управление инфляционным процессом в интересах подъема национального производства и экономики в целом. Как свидетельствует мировой опыт, данное экономическое явление может быть вполне контролируемым и регулируемым [3, с. 85–88].

Среди приемлемых способов борьбы являются: стабилизация и стимулирование производства, совершенствование налоговой системы, создание рыночной инфраструктуры, повышение ответст-

венности предприятий за результаты хозяйственной деятельности, проведение определенных мер по регулированию цен и доходов. Оценит предпринятые действия время, и одним из основных показателей по оценке эффективности проводимых мер будет понижение уровня инфляции.

Однако, необходимо понимать, что при проведении политики, направленной на снижение темпов инфляции, важно найти некий баланс между стабилизацией ожиданий экономических агентов и предотвращением чрезмерного сжатия совокупного спроса, т.е. антиинфляционная политика денежных властей должна быть нацелена на поддержание макроэкономической сбалансированности и одновременно на стимулирование развития реального сектора экономики, развитие сельского хозяйства.

Преодолеть инфляцию можно, но только перестроив весь хозяйственный механизм, что возможно лишь при стабильной политической ситуации [1, с. 217].

Остается надеяться, что российское Правительство справится с этой задачей, и население страны перестанет жить в состоянии неопределенности и не станет такой ужасающей статистики по дифференциации доходов и расслоения в обществе, промышленность поднимется и будет конкурентоспособной на мировом рынке.

Таким образом, антиинфляционная политика достаточна двойственна. Основными задачами данной политики являются сокращение инфляционного потенциала, снижение темпов инфляции, стабилизация цен. В современных же условиях приоритетным является сдерживание инфляции, а план по сокращению уровня инфляции к 2017 году до 4% представляется оптимистичным [4, с. 389].

#### Литература

1. Аджиева А.Ю., Дикарева И.А. Некоторые подходы к аудиту финансовых результатов // Новая наука: Теоретический и практический взгляд. 2016. № 8 (88). С. 215–219.
2. Аджиева А.Ю., Мисаков А.В., Дикарева И.А. Аудиторский риск при планировании аудита финансовых результатов // Современная экономика: актуальные вопросы, достижения и инновации: сборник статей победителей III Международной научно-практической конференции. 2016. С. 65–69.
3. Дашкин Р.М. Особенности антиинфляционного регулирования в России [Текст] / Р.М. Дашкин // Экономика, управление, финансы: материалы III междунар. науч. конф. (г. Пермь, февраль 2015 г.). – Пермь: Меркурий, 2015. С. 85–90.
4. Колесова Т.Л. Наблюдения за динамикой инфляции в России // Мы продолжаем традиции российской статистики: Матер. I Открытого российского статистического конгресса. – 2015. – С. 388–389.
5. Куликов Л.М. Основы экономической теории. – М.: Кнорус, 2016. С. 15–16.

УДК 33.012.44

*Д.А. Куликов, студент*

*Научный руководитель: Г.Г. Ляскин, канд. экон. наук, доцент  
г. Новосибирск, Новосибирский государственный университет экономики и управления*

## МЕТОДЫ БОРЬБЫ С КАРТЕЛЯМИ В РОССИИ И В МИРОВОЙ ПРАКТИКЕ

В настоящее время, в условиях высокой конкуренции, имеет место быть склонность предприятий из разных сфер экономики и производства к кооперации своей деятельности на рынке. Циклические колебания спроса определяют в свою очередь склонность отраслей к концентрации, протекающей в различных формах – от координации цен до создания в отрасли картеля [3, с. 98; 7, с. 88]. В этой связи особую значимость принимают вопросы антимонопольного регулирования [5, с. 244].

Картель – ассоциация фирм, которые заключили явное или тайное соглашение о координации своей деятельности. Если в картель будут включены все фирмы, проводящие свою деятельность в рамках определенной отрасли, эта отрасль станет монополией, а фирмы будут получать монопольную прибыль. Заключение подобных соглашений для фирм очень выгодно, т.к. посредством ограничения объема выпуска фирм и назначения одинаковых цен, картель увеличивает совокупную прибыль всей отрасли и индивидуальных прибылей каждой из фирм [1].

Отрицательные последствия картеля по сравнению с сопоставимыми условиями конкуренции выражаются:

- 1) в ценах, более высоких, чем обычно;
- 2) в объеме сделок, меньшем в натуральном выражении;
- 3) в уменьшенном суммарном выигрыше потребителей;
- 4) в увеличившихся прибылях продавцов;
- 5) в чистых потерях благосостояния (суммарный выигрыш покупателей и продавцов);



6) в замедлении введения инноваций (динамический аспект) в виде уменьшения издержек и/или улучшения полезных качеств товаров [12].

Рассматривая методы борьбы с картелями в России можно обратиться к законодательству РФ. В статье 11 Федерального Закона «О защите конкуренции» содержится запрет на ограничивающие конкуренцию соглашения хозяйствующих субъектов. По определению, данному Федеральным Законом, «Признаются картелем и запрещаются соглашения между хозяйствующими субъектами-конкурентами, то есть между хозяйствующими субъектами, осуществляющими продажу товаров на одном товарном рынке, или между хозяйствующими субъектами, осуществляющими приобретение товаров на одном товарном рынке...». Далее представлен перечень последствий, которые происходят в результате картельных соглашений. С помощью этих последствий как раз и выявляют, является ли соглашение картельным. «...Если такие соглашения приводят или могут привести:

- 1) установлению или поддержанию цен (тарифов), скидок, надбавок (доплат) и (или) наценок;
- 2) повышению, снижению или поддержанию цен на торгах;
- 3) разделу товарного рынка по территориальному принципу, объему продажи или покупки товаров, ассортименту реализуемых товаров либо составу продавцов или покупателей (заказчиков);
- 4) сокращению или прекращению производства товаров;
- 5) отказу от заключения договоров с определенными продавцами или покупателями (заказчиками)» [9].

Если разобрать меры, которые применяются правительством в целях контроля за картелизацией отраслевых рынков, то их условно можно поделить на следующие внушительные по размерам группы:

- 1) меры запретительного (правового) характера, направленные на раскрытие и пресечение уже совершенных деяний хозяйствующих субъектов по картелизации;
- 2) меры стимулирующего (экономического) характера, направленные на воссоздание экономической среды, оказывающей положительное влияние на хозяйственную деятельность и, вследствие этого, предупреждающей зарождение картелей.

К сожалению, чаще всего, страны мерам запретительного характера выносят на первый план, нежели меры стимулирующего характера, создавая все новые и новые запреты и повышая санкции, за нарушение антимонопольного законодательства.

Положительные эффекты рынков с высокой концентрацией рассмотрены в работах Любяченко С.Н., Мамонова В.И. [4; 6]. Исследование взаимосвязи между структурной концентрацией и результатами функционирования рынка в условия образования стратегических групп свидетельствуют о том, что лучшая результативность отрасли может быть достигнута в рамках структуры с более высоким уровнем концентрации [10; с. 149; 11, с. 25].

Хотя в 2013 году Правительство внесло поправки в Уголовный Кодекс в части, касающейся картельных сговоров. Член картеля, первым пришедший с повинной, всецело освобождается от уголовной и административной ответственности. Эту поправку, в принципе, можно отнести к мерам экономического характера.

В 2015 г. Федеральной антимонопольной службой Российской Федерации были введены несколько изменений в нормативную базу ведомства, принуждающих антимонопольные орган осуществлять фрагментарное исследование обстановки на рынке, что содержит установление временного промежутка анализа товарного рынка, продуктовых границ товарного рынка, которое совершается исходя из предмета соглашения хозяйствующих субъектов, в котором услеживаются черты нарушения антимонопольного законодательства, географических границ товарного рынка, а также факта существования конкурентных отношений между членами картеля.

В государствах с более развитым антимонопольным законодательством, обычно, имеются практические руководства по раскрытию и доказыванию картельных соглашений, а так же картелей, отражающих набранный опыт использования экономического анализа в вопросе выявления процессов картелизации рынка. Подобные руководства чаще всего содержатся не в законах и подзаконных актах, а формируются на основе судебной практики, которая и формирует критерии пригодности экономических доказательств в подобных делах. Более того, в американском судопроизводстве экономисты в немалой мере задействованы в создании методов обеспечения защиты клиентов, они подготавливают письменные доказательства, дают показания под присягой и принимают участие в перекрестном опросе; образован и благополучно работает институт независимых экспертов в антимонопольных делах, а экономические аргументы превосходят юридические [3].

Правило разумного подхода широко используется американскими судами для обнаружения факта несоблюдения антимонопольного законодательства. Обычно имеется ввиду изучение всех ус-

ловий дела, например: умысел и цель действий хозяйствующих субъектов, экономическая обстановка на товарном рынке, входные барьеры на рынок и др. Чаще всего для оценки вменяемости поведения хозяйствующих субъектов используется экономический анализ [2].

Против тайных сговоров и картелей в практике антимонопольного законодательства в России акцентирование происходит не независимо от экономических результатов и условий тайного сговора – на правовой проблеме, а именно на доказывании существования соглашения как такового, а не на экономической проблеме – не на доказывании отрицательного воздействия поведения продавцов на цену, выпуск, реализацию товара, рыночную ситуацию вообще, а также не на анализе экономических предпосылок картелизации одного или другого рынка [2].

Логичным последствием подобного акцентирования является то, что с наибольшей вероятностью раскрываются и караются лишь те картели, в которых влияние действий каждого из участников на цену и выпуск незначительно. Это, обычно, картели со значительным числом членов, каждый из которых чаще всего имеет несущественную долю на рынке, в результате чего, в них выше шанс, что кто-нибудь из участников будет не согласен с условиями антиконкурентного соглашения (количеством собственной прибыли, прежде всего), что, вследствие этого, ставит под сомнение само существование картеля, а также то, насколько быстро он будет установлен и раскрыт. Подобные картели находятся в зависимости от детальных и неоднократно повторяющихся переговоров и соглашений (зачастую зафиксированных на бумаге) участников, которые дают в конечном итоге довольно много доказательств правонарушения [2].

Есть смысл использовать экономический анализ для выявления признаков, указывающих на склонность рынка к результативности картелизации, а также на вероятный жизненный цикл картеля.

1. Количество хозяйствующих субъектов, принимающих участие в тайном сговоре, а также их доля на рынке. Чем это число меньше, тем меньше издержки регулирования их деятельности. Следовательно, в ряде случаев допустимо предположить, что степень концентрации будет соизмерима тенденции к картелизации рынка: чем выше степень концентрации, тем выше стремление хозяйствующих субъектов заключить антиконкурентное соглашение.

2. Однородность продукта. Чем однороднее продукт, тем тяжелее участникам картеля обманывать друг друга посредством изменения качества продукта.

3. Эластичность спроса по цене. При прочих равных условиях, чем ниже эластичность спроса, тем выше прибыль, произведенная монопольной ценой, а значит, тем больше мотивов к монополизации и поддержанию существования сговора.

4. Входные барьеры. Если вход на рынок может быть реализован достаточно быстро и долгосрочные издержки входящих не больше, чем у участников картеля, то прибыль от тайного сговора будет незначительной, также как и стимул к противозаконным действиям, направленным на монополизацию посредством заключения антиконкурентных соглашений.

5. Значение ценовой и неценовой конкуренции. Фиксирование цены может стать причиной замещения ценовой конкуренции на неценовую, что сведет на нет потенциальную прибыль от тайного соглашения.

6. Является ли рынок растущим или сокращающимся? Если спрос повышается, картелизация труднореализуема, сокращающийся же рынок наиболее подходит для картелизации.

7. Уровень втянутости государственных институтов и структур в регулировании товарных рынков во многом предрасполагает к картелизации, так как защищаться от возрастающего государственного давления характерно всем предпринимателям, в том числе посредством заключения картельных соглашений, возмещая собственные потери и создавая для себя комфортные условия для ведения хозяйственной деятельности [8].

Хорошо отработанный правовой механизм в борьбе с картелями так или иначе приносит свои плоды (это можно отследить по прогрессирующей динамике возбуждаемых и рассматриваемых Федеральной антимонопольной службой дел о нарушениях в сфере антимонопольного законодательства, проявляющихся в формировании картелей, а также по растущим на протяжении многих лет совокупным размерам оборотных штрафов, выплачиваемых нарушителями в казну), но все же сам по себе правовой механизм, заключенный в жесткие границы нормативно-правовых актов и административных регламентов, не является в достаточной мере гибким и не может быстро реагировать на безостановочно изменяющиеся экономические условия и предпосылки. Поэтому представляется, что результативность правового механизма, используемого государством при выполнении антимонопольного контроля процессов картелизации рынков, может быть качественно повышена путем применения экономических механизмов доказывания факта картельных соглашений, на доказывании отрицательного воздействия поведения продавцов на различные факторы.

Рост концентрации на отраслевых рынках является объективным процессом. Поэтому достаточно важно учитывать при реализации антимонопольной политики также положительные эффекты от координации деятельности фирм [6, с. 123].

#### Литература

1. Авдашева С.Б., Розанова Н.М. Теория организации отраслевых рынков: Учебник. – М.: ИЧП «Издательство Магистр», 1998. – 320 с.
2. Дозмаров К.В. Экономические методы борьбы с картелями // Экономический журнал. 2016. № 42. С. 15–31.
3. Любященко С.Н., Мамонов В.И. Рыночная концентрация в условиях группирования предприятий и экономическая эффективность // Вестник НГУЭУ. – 2013. – № 3. – С. 92–106.
4. Любященко С.Н. Оценка уровня экономической концентрации и результаты функционирования рынка // Научно-технические ведомости Санкт-Петербургского государственного политехнического университета. Экономические науки. – Санкт-Петербург: СПбГПУ, 2006. – № 6. – С. 34–38.
5. Любященко С.Н. Тенденции структурной концентрации в отраслях промышленности в условиях кризиса // Наука. Промышленность. Оборона. Труды X Всероссийской научно-технической конференции / под ред. В.Е. Левина, В.И. Мишнева. – 2009. – С. 244–247.
6. Lyubyschenko S.N. Globalization as a cause of transformation of the structure of Russian industry // North-East Asia Academic Forum. – China, 2013. – С. 118–123.
7. Мамонов В.И., Любященко С.Н., Бородин В.А. Динамика структурной концентрации и ее влияние на показатели деятельности промышленных предприятий // Вестник НГУЭУ. – 2012. – № 4. – С. 92.
8. Познер Р.А. Экономический анализ права. В 2-х томах. – СПб.: «Экономическая школа», 2004. – 673 с.
9. Федеральный закон от 26.07.2006 № 135-ФЗ (ред. от 03.07.2016) «О защите конкуренции»
10. Чепунова С.Н. Оценка уровня структурной концентрации и результаты функционирования рынка: дис. ... канд. экон. наук. – Новосибирск, 2004. – 125 с.
11. Чепунова С.Н. Оценка уровня структурной концентрации и результаты функционирования рынка: автореф. дис. ... канд. экон. наук. – Новосибирск, 2004. – 29 с.
12. Шаститко А.Е. Новый взгляд на антимонопольный контроль горизонтальных соглашений // Экономическая политика. – М, 2015. – Т. 10. № 3.

УДК 336.717

**А.А. Куц, магистрант**

*Научный руководитель: М.К. Черняков, д-р экон. наук, профессор  
г. Новосибирск, Сибирский университет потребительской кооперации*

## СОДЕРЖАНИЕ ФИНАНСОВОГО КРИЗИСА И ЕГО ВЛИЯНИЕ НА БАНКОВСКОЕ КРЕДИТОВАНИЕ

Замедление темпов экономического роста, стагнирующая экономика и рост цен являются предвестниками начинающегося финансового кризиса.

Финансовый кризис – это расстройство государственной финансовой, денежной системы, проявляющееся в резком несоответствии доходов бюджета их расходам, нестабильности и падении валютного курса национальной денежной единицы, взаимных неплатежах экономических субъектов, несоответствии денежной массы в обращении требованиям закона денежного обращения.

При изучении финансовых кризисов, повторяющихся циклически, а иногда возникающих вразрез установленным циклам, можно выделить целый ряд особенностей:

- снижение объемов кредитования;
- увеличение числа просроченных неплатежей заёмщиков;
- отток вкладов населения;
- резкий рост уровня инфляции;
- рост государственного долга или долга частного сектора;
- отток капитала из страны.

Однако, стоит разграничить кризис финансовый от банковского кризиса и кризиса экономического.

Многие исследователи относят экономический кризис и к реальному, и к финансовому секторам; таким образом, финансовый кризис может служить толчком к развитию экономического кризиса, когда возникает дисбаланс между спросом и предложением или кризис недопроизводства и перепроизводства. Одним из самых ярких примеров финансового кризиса служит Великая депрессия, длившаяся десять лет. Такая продолжительность финансового кризиса была обусловлена устоявши-

мися экономическими доктринами, основанными на бездефицитном бюджете и незначительных государственных расходах, но тем не менее Джон Кейнс в своём труде «Общая теория занятости, процента и денег» выявил аналитическим путём и сопоставлением данных, что государству необходимо больше инвестировать в предприятия, увеличивая тем самым денежную массу в обращении, а также необходимо стимулировать граждан тратить накопленные сбережения для того, чтобы не возникало нераспроданных товаров и, как следствие, сокращения производства, влекущего сокращение рабочих мест [2].

Рассматривая финансовый и банковский кризисы нужно сразу определить, что банковский кризис относится к отдельной части финансового сектора банковской системы и не включает в себя другие финансовые инструменты и драйвера, кроме банковских. Для банковского кризиса характерна кредитная экспансия, создающая риски по увеличению доли сомнительных заёмщиков, чья платёжеспособность не всегда однозначна; вследствие проводимой «агрессивной» кредитной политики могут возникнуть нарушения нормативных показателей, установленных Банком России, при малейшем изменении финансового положения заёмщика с высокой суммой задолженности; резкое обесценение банковских активов может также привести к кризису.

В условиях финансового кризиса с проблемой получения кредита сталкиваются предприятия, относящиеся к категории как малого и среднего, так и крупного бизнеса [3]. Исторически сложилось, что малые предприятия, ещё не имеющие своей ячейки на рынке, осуществляют свою деятельность за счёт собственных средств.

Изменения, происходящие на рынке, малые предприятия переносят относительно легко за счёт высокой степени мобильности и гибкости. Крупные заёмщики, зарекомендовавшие себя на рынке и чаще всего имеющие положительную кредитную историю, во времени кризиса используют установившиеся партнёрские отношения с банками для сохранения и поддержания своей текущей деятельности при помощи, в частности, кредитных денег.

Финансовый кризис способствует ужесточению условий выдачи кредитов, значения финансовых коэффициентов ужесточаются – уменьшается интервал допустимых значений показателей.

Усиление контрольных мер за деятельностью организаций-заёмщиков влечёт снижение количества выданных кредитов, что напрямую влияет на исполнения заёмщиком своих контрагентских обязательств. Рост дебиторской задолженности и вынесение банками отрицательных либо неприемлемых решений по кредитованию прямо пропорционально уровню продаж, осуществляемому предприятиями.

Кризис 2008–2009 гг. проявил уязвимые места банковского кредитования – неспособность ссудополучателей обслуживать долг – и вследствие этого неспособность точно определять кредитный риск [1].

В первые месяцы кризиса Правительство РФ и Банк России стремились всеми возможными способами не только поддержать на прежнем уровне объёмы кредитования, но нарастить величину предоставляемых кредитных средств заёмщикам в связи с тем, что при наступлении первых кризисных явлений было отмечено сокращение кредитного портфеля кредитных организациях.

Предпринимаемые меры не могли обеспечить стабильное функционирование банковской системы без дополнительных вливаний со стороны государства. Возможно, это объясняется высокими рисками, которые уже имелись в банковской системе, а перераспределение рисков реального сектора экономики повлекло бы за возникновение ещё большей нестабильности, например, объём просроченной задолженности в банковской системе на конец первого квартала 2009 г. составлял 3,3%.

В кризисный период отметился стремительный отток капитала из России, связанный с обесценением акций компаний, участвующих в однодневном кредитовании и сделках РЕПО, обвалу фондового рынка после объявления о банкротстве крупнейшего банка в Америке, обесценения национальной валюты, что способствовало чистому оттоку капитала в размере 129,9 млрд долл. по итогам 2008 г.

По прошествии шести лет с момента окончания мирового финансового кризиса в большинстве стран наблюдался сдвиг траектории роста ВВП в область более низких значений по сравнению с докризисными показателями. После первых трёх лет этого периода – 2008, 2009 и 2010 гг., 80% крупных мировых экономик показывают более скромный рост, чем в 2004–2007 гг.

Западная Европа продолжает бороться с последствиями финансового кризиса – по итогам 2014 г. ВВП пятнадцати стран-участниц еврозоны увеличился на 1,2%. Планируемый рост ВВП на ближайшие несколько лет варьируется в интервале 0,3–0,7%. Крупные европейские экономики демонстрируют различные тенденции: в 2014 г. итальянская экономика вновь сокращалась, французская

– стагнировала, немецкая – значительно замедлилась во втором полугодии после сильного начала года [1].

В то время как темп накопления основного капитала в послекризисные годы оставался низким, многие развивающиеся страны стали значительно наращивать кредитование; как домашние хозяйства, так и корпоративный сектор сильно увеличили леверидж. Уровень корпоративного долга особенно высок в некоторых быстрорастущих странах Восточной Азии, таких как Китай и Малайзия, но повышен также во многих менее динамично развивающихся экономиках, в том числе в Бразилии, России, ЮАР и Турции.

Предварительные данные свидетельствуют о том, что кредитные средства отчасти используются для ведения спекулятивных операций, что находит отражение в объёме средств, удерживаемых корпорациями в виде наличных. Повышение процентных ставок, равно как и снижение прибыли в контексте замедления экономического роста, может оказать значительное нисходящее давление на балансы корпораций.

По мнению иностранных аналитиков, российской экономике в течение 2014 г. удалось избежать рецессии за счёт девальвации национальной валюты и сохранению чистого экспорта. Уровень безработицы в течение года снижался и достиг баланса при соответствующем уровне занятости. Однако, экономическая активность России находится в упадке.

Развитие экономики в 2015 г. характеризовалось более низкими темпами роста ВВП, ослаблением рубля, резким ростом индекса потребительских цен и увеличению финансовых рисков.

Внешнеторговые ограничения августа 2014 г. способствовали дестабилизации национальной экономики. Непредвиденным внешним фактором стал резкий рост инфляции в 2014 г. Годовая инфляция по целевым установкам не должна была превышать 5%, однако по опубликованным данным Росстата составила 11,4%.

Низкая инфляция – важное условие для роста инвестиций и структурных изменений в экономике [3]. В условиях стабильных цен увеличивается число вкладных и депозитных операций в национальной валюте, что является источником средств для долгосрочного инвестиционного финансирования. Сохранение стабильного уровня цен на протяжении длительного периода способствует не только увеличению покупательской способности населения. Низкая инфляция стимулирует развитие кредитования коммерческими банками под более низкие процентные ставки, поскольку долгосрочное финансирование становится менее рискованным и инфляция не обесценит вложения.

Кредитный риск, принятый российскими банками, в значительной степени определяется качеством портфеля корпоративных кредитов, на долю которых на 01.01.2015 приходилось 57% от общего объема выданных кредитов. За 2014 г. просроченная задолженность по корпоративным кредитам увеличилась на 33,9% при росте объема предоставленных кредитов на 31,3%; удельный вес просроченной задолженности при этом за год практически не изменился и составил 4,2%. По рублевым кредитам этот показатель увеличился с 4,9% на 01.01.2014 до 5,4% на 01.01.2015, а по кредитам в иностранной валюте уменьшился с 1,9 до 1,7% соответственно.

В разрезе видов деятельности предприятий-ссудозаемщиков в 2014 году самый высокий удельный вес просроченной задолженности отмечался по кредитам организациям строительства, сельского хозяйства, охоты и лесного хозяйства, оптовой и розничной торговли, обрабатывающих производств [1].

Самый низкий порог выданных кредитов организациям и предприятиям пришёлся на февраль 2015 г., когда объём кредитования составил 1530664 тыс. руб., просроченная задолженность на этот же период составила 1215434 тыс. руб., в относительном выражении 79,4% от общего числа кредитов в национальной валюте и 70,3% от предоставленных кредитов с учётом средств, выданных в иностранной валюте.

Возможно, что такой высокий показатель просроченной задолженности связан с официальным курсом рубля – на 31 декабря 2013 г. курс национальной валюты к доллару составлял 32,73 Р, спустя 12 месяцев курс рубля упал и по официальным данным на конец декабря составил 56,26 Р, показав снижение на 41,8%. Те же негативные тенденции можно отметить и в валютной котировке EUR/RUR – за год курс рубля снизился на 34,16% (44,99 Р до 68,34 Р).

Уровень просроченной задолженности за аналогичный период возрос на 473661 тыс. руб., что отражает отрицательную динамику развития бизнес и предпринимательства.

Кризисные механизмы, срабатывающие при нестабильной финансовой ситуации в стране, выявляют самые рискованные отрасли вложения и инвестирования средств на долгосрочный характер [2]. Крупные корпоративные заёмщики не так подвижны и динамичны, как предприятия малого и среднего бизнеса [3], многозначительные риски несут в себе сделки именно с этой категорией клиен-

тов банков. При анализе возможных рисков определяется отраслевая принадлежность заёмщика. Самой рискованной отраслью для капиталовложений считается отрасль строительства.

Несмотря на развитие и активное внедрения девелоперских проектов со стратегически продуманными бизнес-планами, в структуру которых заложены и рассчитаны все возможные расходы, такие проекты являются весьма рискованными. Зачастую это объясняется тем, что нужные строительные материалы покупаются в больших объёмах у иностранных организаций за иностранную валюту, учитывая, что с конца 2014 г. рубль был отпущен в свободное плавание, можно предположить насколько резко возросла стоимость строительных принадлежностей, также к возможным рискам относится риск некачественной транспортировки товара.

По данным регулятора [1] общий объём выданных кредитов организациям, чья основная деятельность связана со строительством, составил 12173911 тыс. руб., объём просроченной задолженности по итогам за период 01.05.2014–01.05.2015 составил 2 320 166 тыс. руб., что в относительном выражении составляет 7,78% от общего объёма выданных кредитов за этот же период.

Рассматривая темпы кредитования предприятий одной из самых рискованных отраслей, можно отметить, что на первые три месяца именно на эту категорию предприятий пришёлся основной процент просроченных платежей.

Объёмы кредитования и тенденции его направленности следует рассматривать через региональный аспект, используя данные, публикуемые регулятором.

Фиксирование среднерыночной ставки близкой к нижней границе диапазона ставок наблюдалась в регионах на всех уровнях банковской системы, включая общероссийский кредитный рынок и большинство округов. «Такое распределение свидетельствует о том, что подавляющее большинство кредитов выдавалось по сравнительно низким ставкам. Это является ещё одним свидетельством переориентации банков на менее рискованные активы, в ставки которых закладывается меньший уровень риск-премии» [1]. Тенденция такой кредитной политики банков послужила одной из причин отставания роста кредитных ставок от роста ключевой ставки Банка России или депозитных ставок. Параллельно с ростом уровня кредитных ставок банки ужесточили и неценовые условия кредитования.

#### Литература

1. Кроливецкая, Л.П. Банковское дело: кредитная деятельность коммерческих банков: учеб. пособие для студентов, обучающихся по специальности «Финансы и кредит» / Л.П. Кроливецкая, Е.В. Тихомирова. – М.: КНОРУС, 2014. – 277 с.: ил., табл.
2. Черняков М.К., Чернякова М.М., Разомасова Е.А., Арутюнян Н.В. Сущность диверсификационной деятельности предприятий малого бизнеса в условиях кризиса / Журнал «Sciences of Europe». Выпуск № 4. Т. 1. – С. 40–44.
3. Черняков М.К., Чернякова М.М. Стратегия сохранения инвестиционной привлекательности города в условиях санкций / Научный журнал «Эффективное антикризисное управление». – Выпуск № 4 (97). – 2016. – С. 66–71.

УДК 332.143

*А.А. Лазоренко, студент*

*Научный руководитель: Л.С. Сагдеева, канд. экон. наук, доцент*

*г. Кемерово, Институт экономики и менеджмента Кемеровского государственного университета*

### ОСНОВНЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ КАЧЕСТВО ЖИЗНИ НАСЕЛЕНИЯ (НА ПРИМЕРЕ КЕМЕРОВСКОЙ ОБЛАСТИ)

Демографическую ситуацию в регионе или стране можно характеризовать различными показателями, каждый из которых охватывает определённую сферу жизни населения. Одним из ключевых показателей, отражающих обеспеченность населения материальными и духовными благами, достигнутый уровень их потребления и степень удовлетворения потребностей населения в этих благах, является уровень жизни [2, с. 5]. Уровень жизни обладает рядом индикаторов, поскольку по своей сути охватывает широкий круг показателей. Среди индикаторов можно выделить процессы естественного движения населения (рождаемость, смертность), санитарно-гигиенические условия жизни, уровень потребления продовольствия, жилищные условия, образование и культура (их доступность), трудовые условия, уровень занятости, баланс доходов и расходов, потребительские цены, обеспеченность транспортом, система социального обеспечения и другие. Для оценки уровня жизни населения целесообразно рассматривать не все вышеуказанные индикаторы, поскольку некоторые из показателей не имеют количественный вид, возникают трудности их учёта. В связи с этим при оценке уровня жизни

населения Кемеровской области мы будем рассматривать следующие показатели: рождаемость и смертность, индексы потребительских цен (тарифов) на товары и услуги, ВРП, численность работников, занятых во вредных и (или) опасных условиях труда, динамика реальных доходов населения, численность населения с денежными доходами ниже величины прожиточного минимума [5; 1, с. 324, 326, 540, 1304].

Перед тем, как перейти непосредственно к рассмотрению уровня жизни населения Кемеровской области, дадим определение ряду категорий.

Уровень жизни – это социально-экономическая категория, причём комплексная, которая отражает уровень развития потребностей, условия для их развития и удовлетворения, которые позволяют человеку быть деятельным членом общества, выполнять все закреплённые за ним функции [2, с. 6].

Потребность – особый класс нужды, необходимость или недостаток в чём-либо для поддержания жизнедеятельности человека, группы людей или общества в целом. Потребности подразделяются на материальные и духовные. Материальные потребности – это потребность в вещах и благах, которые обеспечивают физическое существование и развитие людей. Духовные потребности – потребность в духовной деятельности людей, её продуктах, а также в духовном воспроизводстве самих людей [2, с. 6].

Рождаемость – один из массовых демографических процессов, включающий в себя все единичные акты деторождения на определённой территории за конкретный период времени (как правило, за год).

Существует несколько факторов, оказывающих влияние на данный процесс: биологический (наследственные особенности, экологическая обстановка, а также биологические ритмы), социально-экономический (экономическая ситуация в стране, регионе, стадия экономического цикла, развитость системы образования, здравоохранения и др.), демографический (половозрастная структура населения, национальный, брачный состав населения и т.д.) [3, с. 25].

Другим демографическим процессом является смертность населения, то есть совокупность смертей в населении за конкретный промежуток времени (как правило, за год).

На уровень смертности влияют следующие факторы: биологический и природный (наследственные заболевания и патологии, экологическая обстановка), социально-экономический (образ жизни, характер и условия труда, развитие системы здравоохранения и др.), демографический (половозрастной состав населения, территориальный состав населения и др.), факторы – пособники смертности (вредные привычки). Также выделяют внутренние факторы – эндогенные, внешние факторы – экзогенные [3, с. 28].

Валовой региональный продукт – один из обобщающих показателей экономического развития региона, который характеризует процессы, связанные с производством различных товаров и услуг для конечного использования; валовая добавленная стоимость товаров и услуг, которая была создана резидентами региона, определяемая как разница между выпуском и промежуточным потреблением [1, с. 540].

Индексы потребительских цен (тарифов) на товары и услуги – показатель, характеризующий общее изменение цен различные товары и услуги, которые приобретаются населением; это отношение фиксированного перечня товаров и услуг в ценах текущего периода к его стоимости в ценах базисного периода [1, с. 1304].

Динамика реальных доходов населения – это относительный показатель, который исчисляется за счёт деления номинального размера денежных доходов населения на ИПЦ на конкретный период времени [1, с. 324].

Численность населения с денежными доходами ниже величины прожиточного минимума – в основе исчисления данного показателя лежат данные о распределении населения по величине среднедушевых денежных доходов, результат из соизмерения с величиной прожиточного минимума [1, с. 326].

Таблица 1

**Естественное движение населения в регионе и стране**

Годы	Число родившихся		Число умерших	
	Кемеровская область	Российская Федерация	Кемеровская область	Российская Федерация
2014	35992	1942683	39763	1912347
2015	33933	1940579	39355	1908541

В рассматриваемом периоде (2014–2015 год) показатели естественного движения изменились следующим образом. Показатель смертности в Кемеровской области снизился на 1% за данный период, в то же время, показатель рождаемости снизился на 5,7%, мы можем наблюдать естественную

убыль населения. Также необходимо учитывать, что в целом по стране данные показатели изменились следующим образом: смертность снизилась на 0,2% в период с 2014 до 2015 года, рождаемость снизилась на 0,1% за рассматриваемый период, наблюдается естественный прирост населения. Как видно из приведённых данных в целом по стране существует тенденция к снижению рождаемости, однако рождаемость превышает смертность. В Кемеровской области смертность превышает рождаемость [5].

Одним из важнейших показателей, характеризующих уровень жизни населения, является валовой региональный продукт. Ниже приведены данные о величине ВРП в период с 2012 до 2016 года (табл. 2).

Таблица 2

<b>Валовый региональный продукт</b>	
Годы	ВРП, млн руб.
2012	718320,4
2013	667950,5
2014	747414,6
2015	743677,5
2016	765987,8

В течении последних пяти лет валовой региональный продукт изменялся следующим образом: в период с 2012 по 2013 год ВРП Кемеровской области сократился на 7%, после чего в период с 2013 по 2014 ВРП возрос на 11,9%. В последующий период с 2015 по 2016 год ВРП сократился на 0,5%, но в период с 2015 по 2016 год ВРП возрос на 3%.

Несмотря на колебания, в целом мы можем говорить о росте данного показателя за весь рассматриваемый период на 6,6% [5; 1, с. 515].

Другим показателем, влияющим на уровень жизни населения, является число людей с доходом ниже величины прожиточного минимума. В период с 2012 до 2015 года число людей, относящихся к данной категории населения, повысилось на 5,1% (от общей численности населения региона). Данные изменения являются следствием снижения спроса на уголь, а также неблагоприятных экономических явлений, охвативших страну в период кризиса, начиная с 2014 года [1, с. 267].

На уровень жизни населения также оказывает влияние число работников, занятых во вредных и (или) опасных условиях труда; число работников данной категории возросло на 7,9%, что говорит об снижении уровня жизни населения региона [5].

Индекс потребительских цен также является индикатором уровня жизни населения. В период с 2010 по 2015 данный показатель возрос на 52,4%, что может способствовать развитию негативных процессов в сфере кредитования и в других сферах экономики [1, с. 1269].

Также стоит отметить, что динамика реальных денежных доходов населения оказывает влияние на уровень жизни населения. В период с 2010 по 2015 год реальные денежные доходы населения сократились на 8,5% [5].

Проанализировав динамику показателей, приведённых выше, можно сделать вывод, что уровень жизни в Кемеровской области снизился. Чтобы повысить качество жизни населения необходимо прибегнуть к комплексу мер, которые должны оказывать планомерное воздействие на каждый из показателей, формирующих уровень жизни: следует повысить рождаемость в регионе, разработав соответствующую демографическую политику, прибегнуть к экономическому стимулированию; диверсифицировать экономику Кемеровской области, а также создать новые рабочие места; повысить инвестиционную привлекательность региона.

#### Литература

1. Регионы России. Социально-экономические показатели: Стат. сб. / Росстат; Н.С. Бугакова, М.И. Гельвановский, Ф.Ф. Глисин и др. – М., 2016. – 1326 с.
2. Дагбаева С.Д.-Н. Уровень жизни населения: пути решения проблемы бедности. Улан-Удэ: ВСГТУ, 2005. – 144 с.
3. Егорова Е.А., Карманов М.В., Кучмаева О.В. Экономическая демография. – М.: Московский международный институт эконометрики, информатики, финансов и права, 2004. – 92 с.
4. Сагдеева Л.С. Влияние демографических факторов на качество человеческого капитала и потери экономики региона (на примере Кемеровской области) / Л.С.Сагдеева // Сборник конференций НИЦ Социосфера. – 2013. – № 57–1. – С. 55–57.
5. Сайт Федеральной службы государственной статистики [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.gks.ru/>, свободный. – Загл. с экрана (дата обращения: 26.02.2017).



## **ОЦЕНКА РИСКА БАНКРОТСТВА ЗАО «НОВО-УШАКОВСКОЕ» МУРОМЦЕВСКОГО РАЙОНА ОМСКОЙ ОБЛАСТИ**

Банкротством принято называть неспособность компании вовремя расплачиваться по своим обязательствам, то есть ее неплатежеспособность. Неплатежеспособность (несостоятельность) выявляется на основании факта нарушения установленных сроков платежа, а признание компании банкротом в соответствии с законодательством Российской Федерации (как и большинства других стран) влечет за собой ее ликвидацию [3].

Риск банкротства является одним из наиболее важнейших рисков текущей деятельности любой компании. Поэтому в задачи финансовой службы в обязательном порядке входит мониторинг финансового состояния компании с целью как можно более раннего выявления признаков возможного банкротства [1]. Решается такая задача очень сложно и неоднозначно, поэтому мы решили провести оценку риска банкротства на примере предприятия ЗАО «Ново-Ушаковское». В практике используется множество моделей для прогнозирования риска банкротства, мы решили остановиться на таких известных моделях как, пятифакторная модель Альтмана и четырехфакторная модель Беликова-Давыдовой.

Климат района свойственен всей полосе Западной Сибири, характеризуется суровыми зимами и жарким летом, смягчающимся воздействием озер и рек и обилием древесной растительности.

Наибольшее количество осадков выпадает осенью и летом. Толщина снежного покрова в урманной части гораздо больше, чем в лесостепной. При отсутствии снежного покрова поверхность почвы под влиянием морозов сильно высыхает. Выпадение осадков в вегетационный период составляет к общему количеству 75,3%.

Хозяйство ЗАО «Ново-Ушаковское» занимается как растениеводством, так и животноводством, но ведущей отраслью данного сельскохозяйственного производства является растениеводство. Большую часть растениеводства занимают зерновые и зернобобовые, в частности пшеница. Специализация хозяйства средняя (коэффициент специализации равен 0,4); направление растениеводческое, а подтип зерно-молочное. Так как процентное соотношение продукции растениеводства составляет 53,2%, а животноводства 46,5% [2].

Для оценки риска банкротства ЗАО «Ново-Ушаковское» за 2016 г. воспользуемся двумя моделями прогнозирования банкротства.

Модели прогнозирования банкротства.

1. Пятифакторная модель Альтмана:

$$Z = 0,717 \cdot K1 + 0,847 \cdot K2 + 3,10 \cdot K3 + 0,42 \cdot K4 + 0,995 \cdot K5$$

K1 = разность текущих активов и текущих пассивов / общая сумма всех активов;

K2 = нераспределенная прибыль / общая сумма всех активов;

K3 = прибыль до уплаты процентов и налогов / общая сумма всех активов;

K4 = балансовая стоимость капитала / заемный капитал;

K5 = выручка от реализации / общая сумма активов.

Интерпретация результатов:

Если  $Z < 1,23$ , вероятность банкротства максимальная;

Если  $Z > 1,23$ , вероятность банкротства минимальная.

Решение:

$$K1 = 153219 / 645357 = 0,24$$

$$K2 = 173522 / 645357 = 0,27$$

$$K3 = 58546 / 645357 = 0,09$$

$$K4 = 645357 / 18784 = 34,36$$

$$K5 = 158857 / 645357 = 0,25$$

$$Z = 0,717 \cdot 0,24 + 0,847 \cdot 0,27 + 3,10 \cdot 0,09 + 0,42 \cdot 34,36 + 0,995 \cdot 0,25 = 15,36$$

Рассчитав пятифакторную модель прогнозирования банкротства Альтмана, для предприятия ЗАО «Ново-Ушаковское» за 2016 г., можно сделать следующий вывод, что предприятие ЗАО «Ново-Ушаковское» в 2016г. имело минимальную вероятность риска банкротства так как  $Z > 1,23$  ( $Z = 15,36$ ).

2. Модель Беликова-Давыдовой четырехфакторная:

$$Z = 8,38 \cdot K1 + 1 \cdot K2 + 0,054 \cdot K3 + 0,63 \cdot K4$$

$K1$  = оборотный капитал / активы;

$K2$  = чистая прибыль / собственный капитал;

$K3$  = выручка / активы;

$K4$  = чистая прибыль / себестоимость.

Интерпретация результатов:

Если  $Z < 0$ , риск банкротства максимальный (90-100%);

Если  $0 < Z < 0,18$ , риск банкротства высокий (60-80%);

Если  $0,18 < Z < 0,32$ , риск банкротства средний (35-50%);

Если  $0,32 < Z < 0,42$ , риск банкротства низкий (15-20%);

Если  $Z > 0,42$ , риск банкротства минимальный (до 10%).

Решение:

$$K1 = 150593 / 645357 = 0,23$$

$$K2 = 58227 / 626573 = 0,09$$

$$K3 = 158857 / 645357 = 0,25$$

$$K4 = 58227 / 108047 = 0,54$$

$$Z = 8,38 \cdot 0,23 + 1 \cdot 0,09 + 0,054 \cdot 0,25 + 0,63 \cdot 0,54 = 2,37$$

Рассчитав четырехфакторную модель прогнозирования банкротства Беликова-Давыдовой для предприятия ЗАО «Ново-Ушаковское» за 2016 г., мы наглядно видим  $Z > 0,42$  ( $Z = 2,37$ ), исходя из этого, мы можем сделать следующий вывод, что вероятность риска банкротства ЗАО «Ново-Ушаковское» в 2016 г. была минимальной.

Оценив риск банкротства предприятия ЗАО «Ново-Ушаковское» за 2016 г., используя пятифакторную модель Альтмана и четырехфакторную модель Беликова – Давыдовой, мы можем сказать, что по полученным результатам первой и второй модели предприятие имеет минимальную вероятность риска банкротства. Исходя из этого, на наш взгляд, для предприятия ЗАО «Ново-Ушаковское» наиболее приемлема четырехфакторная модель Беликова-Давыдовой, так как в российской экономике эта модель в наибольшей степени подходит к бухгалтерской финансовой отчетности.

#### Литература

1. Банкротство предприятия [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.grandars.ru/college/pravovedenie/bankrot.html>
2. Годовой отчет ЗАО «Ново-Ушаковское» Муромцевского района Омской области за 2016 год.
3. Федеральный закон «О несостоятельности (банкротстве)» от 26.10.2002 N 127-ФЗ (действующая редакция, 2016) [Электронный ресурс]. Режим доступа: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_39331](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_39331)

УДК 338.48

**А.В. Леликова, студент**

Научный руководитель: Е.В. Илясова, канд. экон. наук, доцент  
г. Краснодар, Кубанский государственный университет

## МАРКЕТИНГОВЫЙ ПОДХОД К РАЗВИТИЮ ТУРИСТСКИХ ТЕРРИТОРИЙ (НА ПРИМЕРЕ МОСТОВСКОГО РАЙОНА КРАСНОДАРСКОГО КРАЯ)

В настоящее время развитие внутреннего туризма на территории России считается острой и злободневной темой. С каждым годом российская туристическая индустрия всё активнее делает ставку на внутренний туризм. Процветание туризма на территории субъектов РФ и городских образований делает толчок к развитию рабочих мест и поддержке в развитии малого бизнеса, оказывает сти-

мулирующие действия на такие секторы экономики, как автотранспорт, ассоциация, сфера услуг, торговля, строительство, создание продуктов народного потребления, решает многие социальные проблемы.

Ярким примером для становления туризма можно привести Мостовский район Краснодарского края. Район обладает возможностью стать туристической Меккой для туристов и людей, желающих значительно улучшить свое самочувствие, так как имеются нужные задатки уже сложившихся туристических пристанищ и мест рекреации, которые посещают люди со всего юга РФ. МО обладает целостным спектром рекреационных ресурсов: минеральные геотермальные воды, чистые горные реки, всевозможные подземные залежи ресурсов и огромное количество прочих природных и исторических объектов. Очень перспективны для становления туризма восточная часть Кавказского городского природного биосферного заповедника имени Х.Г. Шапошникова, Тхачский массив, внесенный в список Глобального природного наследия, окрестности п. Никитино, а также места рекреации, на территории которых имеются запасы геотермальных вод.

Одним из обстоятельств, способных увеличить состояние района, может стать последовательное и обдуманное планирование территориального туризма.

Следовательно, туризм повлияет на местное развитие:

- создание новых рабочих мест;
- реформирование структуры отдыха, которая быть может использована как туристами, так и местным населением;
- привлечения денежных средств;
- увеличение налоговых сборов принимающего района.

На территории Мостовского района много земель для становления аграрного туризма многие с/х земли региона пребывают в запустении и благодаря явным усилиям и хозяйственному подходу данный вид туризма получит большие перспективы. Туризм позволяет преодолеть сезонные финансовые циклы на основе сочетания летних и зимних видов отдыха, а также расширения комплекта оказываемых медицинских и сопутствующих всесезонных услуг.

На данный момент туризм в районе получает высокий спрос, поэтому в нем начали развивать разные виды туризма. Хорошо известен поселок Псебай, востребован сторонником дельтапланизма и другой летной техники. Солнечная погода и отсутствие ветра позволяют совершать полеты девять месяцев в году. Заинтересовались таким видом туризма даже московские инвесторы. В ближайшее время планируют в Псебае построить туристический комплекс с современным аэропортом и базой отдыха для отдыхающих. Все желающие смогут свершить прогулочные полеты на дельтапланах и легких самолетах, которые позволяют с высоты птичьего полета полюбоваться горами Кавказа. В МО появился новый центр – зимний курорт «Златагора». В 2015 году открылась первая в истории района горнолыжная трасса.

В настоящее время реализован только первый этап строительства будущего курорта «Златагора». Сейчас действует трасса с двумя канатно-бугельными подъемниками, превышает по длине примерно 800 метров. Магистраль обладает разветвлениями – спуски длиной до 1500–1600 метров многообразной сложности с учетом подготовленности отдыхающих. На возвышенности в 1650 метров есть поляна, где могут спуститься как начинающие, так и имеющие опыт катания на лыжах и сноубордах.

Также в Мостовском районе известен джипинг. Это путешествие на автомобиле повышенной проходимости с преодолением природных препятствий. Это необычный вид спорта и отдыха. В этих захватывающих поездках может поучаствовать любой, кто желает заполучить незабываемые впечатления. Все трассы проходят по изыскнейшим местам. В Псебае аналогично развивается вело- и мототуризм, и это занимательные, небезопасные и в это же время очень легкие маршруты. Вполне возможно подняться на вершины гор высотой до 2500 метров, покорить не проходимые грязевые, скалистые территории и пробираясь чрез чащу лесов по давно позабытым тропам, сделать крюк до 160 км в сутки, не отъезжая при всем этом далеко от самого Псебая. Псебайский мототуризм это не исключительно езда по накатанным дорогам и тропинкам, а также крутые взлеты и крутые спуски, заросшие травой во весь рост холмы и поля, подводные камни и немало еще всего увлекательного, что может заинтересовать любого, кто пожелает себя опробовать в данном интересном мототуризме. Не так давно пришедший вид спортивного туризма в Мостовской район – рафтинг. Рафтинг – это экстремальный отдых в Псебае, организовываемый для отдыхающих сплав по реке Лаба, длиной 10 км. На сегодняшний день пользуется большим спросом как у местных жителей, так и у приезжих. С 2011 года ведутся всероссийские соревнования по данному виду спорта [1, с. 213].

Благодаря рельефу предгорья Кавказа, в Мостовском районе образовались пещеры, что позволяют развивать такой интенсивный вид спорта, как спелеотуризм. Пещера Монашеская – от станицы Баракаевской вверх по направлению реки Гупс на левобережье расположено вытянутое на сотни метров скальное обнажение. В середине скалы, на возвышенности около 70 метров над уровнем реки присутствует пещера Монашеская, Губский навес, к ним протоптана тропинка. Монашеская – это скальное ущелье длиной до 20 метров и высотой 4–7 метров. Из пещеры можно увидеть очень красивые и запоминающиеся места, которые не оставят равнодушным даже не очень великих любителей природы. В пещере находится огромное количество необычных ям, оставшихся после археологических раскопок. Гипсовые скалы имеют красно-розовый оттенок. Редко такой оттенок можно встретить. Находится на левом притоке реки Кизинчи, в 2 км выше пастушьего балагана. Вход можно увидеть не сразу, он едва заметен от дороги, по которой идет хорошая тропа. Гипсовые образования здесь крайне непрочны, что позволяет задуматься о их посещении, но эти образования невозможно пропустить из-за своих размеров и естественно-природной красоты. В зимний период образуются холодные сталагмиты, навевающие воспоминания молящихся людей. Через 100–150 метров от входа попадаете в зал, от которого следует тесный лаз (слева по ходу), выводящий через 50 м на поверхность – скат воронки, куда втекает ручей. Протяженность пещеры приблизительно 300 метров. Кроме того, в регионе пользуются спросом конные прогулки, спортивная рыбалка и охота, туристические маршруты, что организуют туристические базы [2, с. 220].

Делая упор на установленные цели и задачи, можно проанализировать сильные и слабые стороны района, перспективы для развития и сформировавшуюся природно-ресурсную базу муниципального образования. Присутствие натуральных ресурсов необходимо использовать для становления туризма и туристической работы, а конкретно:

- лучшим решением будет создание в районе сети курортных учреждений, бальнеологических баз отдыха, охотхозяйств;
- организация новых и увлекательных туристических маршрутов;
- развитие историко-культурного туризма, обусловленного наличием на территории объектов историко-культурного наследия (памятники археологии, городища, дольмены, пещеры).

Образовавшаяся система экономики Мостовского района характеризуется сильным господством сферы материального производства (сельское хозяйство, промышленность, строительство), доля составляет 80,6%, доля сферы услуг – 19,4%. Схемой территориального планирования на будущее предлагается с поддержкой финансовых, инвестиционных, организационных и оставшихся мер оптимизаций отраслевой структуры в дальнейших направлениях:

- уменьшение доли материального производства до уровня 45–60%, при всем при этом предлагается сделать нужные условия для подъема в структуре экономики части добывающей индустрии, промышленного производства и строительства;
- повышение доли сферы услуг до уровня 30–40%, при всем этом рекомендовано увеличение в структуре экономики, доли услуг автотранспорта, связи, коммерческих услуг, в том числе туристских и санаторно-оздоровительных услуг.

В результате всех предлагающихся мероприятий ожидается подъем экономики в муниципальном образовании. Увеличение доли промышленного производства ожидается с помощью усиления квалификации пищевой промышленности, что даст возможность абсолютно использовать потенциал выполняемой сельскохозяйственной продукции. Главным направлением считается развитие строительного комплекса и прочих видов индустрии.

Проведение рекомендованных мероприятий по развитию туризма обеспечит:

- становление придорожного обслуживания (мотелей, бистро, сети организаций по реализации сувенирных и подарочных изделий), формируя инфраструктуру туризма вдоль основных транспортных коридоров, обеспечив составление транзитного, спортивного, познавательного туризма;
- введение материальной базы сельскохозяйственных фирм и для создания агротуристских комплексов, обеспечив развитие агроэкотуризма, познавательного, спортивного, оздоровительного туризма;
- реконструкции имеющихся гостиниц, увеличения обслуживания сервиса, предложения дополнительных услуг, обеспечив составление транзитного, познавательного, делового туризма;
- расширение сдачи в аренду жилых помещений на сельской территории, применяя туристско-рекреационные ресурсы, обеспечив развитие оздоровительного, спортивного, агроэкотуризма, повышая материальное благосостояние районного населения;

– усовершенствование инфраструктуры туризма вблизи объектов культурно-исторического наследия;

– совершенствование индустрии отдыха и организации досуга, применяя объекты культуры и спорта, театры, кинотеатры, концертные залы, спортивные постройки, обеспечив создание новых баз отдыха, боулингов, туристско-спортивных комплексов.

В Мостовском районе способствует развитию туризма хорошее географическое положение. Изучая территории района, можно заметить, насколько он благоприятен по природно-климатическим условиям, уникальность растительного и животного мира, особенности рельефа, все это ведет к посылам для удачного освоения туристско-рекреационного потенциала.

Из числа всех видов туризма более востребован туризм, направленный на восстановление здоровья человека, увеличение его трудоспособности, самочувствия, повышение продолжительности жизни. Рекреационный потенциал территории имеет решающее значение для развития внутреннего туризма в Мостовском районе. Для реализации потенциала на территории района формируются туристско-рекреационные объекты – это комплекс природных, исторических, социально-культурных ресурсов и объектов туристского показа, нацеленных на определенные территории и приспособленных для организации отдыха и оздоровления людей [4, с. 65].

Можно отметить, что для развития туристического сектора на территории Мостовского района есть все необходимые объекты и субъекты туризма и рекреации, но для реального результата в развитии необходимо привлечь капитал и инвестиции, а также социальную и государственную поддержку, это могут быть определенные инструменты маркетинга, которые дадут району имя на рынке туризма. После этого Мостовский район станет знаком на слух не только в Краснодарском крае, но и во многих регионах страны.

#### Литература

1. Герасименко В.Г. Основы туристического бизнеса. – СПб., 2011. – С. 213.
2. Александрова А.Ю. Введение в туризм. – СПб.: Герда, 2011. – С. 220–221.
3. Официальный сайт [www.mostovskiy.ru](http://www.mostovskiy.ru), отдел экономики инвестиций и туризма
4. Стратегия развития санаторно–курортного и туристского комплекса Краснодарского края до 2020 г. – Краснодар, 2012. – С. 65–70.
5. Экономика и менеджмент инновационных технологий. – 2016. – № 10. – С. 106–112.

УДК 332.025.1

**А.А. Ли, студент**

*Научный руководитель: Г.Г. Ляскин, канд. экон. наук  
г. Новосибирск, Новосибирский государственный университет экономики и управления*

## РЫНОЧНАЯ КООРДИНАЦИЯ КАК ЭЛЕМЕНТ СТРУКТУРЫ РЫНКА

В настоящее время фирмам приходится существовать в условиях жёсткой конкурентной борьбы, что определяет склонность фирм к интеграции [4, с. 98; 5, с. 35]. Циклические колебания спроса, кризис в экономике, в свою очередь, ведут к росту концентрации, координации цен на рынке, образованию в отрасли картеля [6, с. 245; 7, с. 122]. В этой связи особую значимость принимают вопросы оценки результатов функционирования рынков и предприятий [8, с. 93].

Поиск результативных организованных форм конфигурации фирм не прекращается, по крайней мере, в ближайшее прошедшее столетие. В международной практике сформировались различные виды интеграции компаний, отличающиеся по целям сотрудничества, характером хозяйственных взаимоотношений, уровнем самостоятельности вступающих в объединение компаний. Желание отыскать равновесие среди достоинств централизации и децентрализации управления и ответственности при объединении фирм приводит к подбору таких организованных форм интеграции, которые находятся в промежутке между полностью концентрированной корпоративной структурой и совместной работе в чисто рыночной среде.

Организационные формы объединения компаний существенно отличаются по уровню интеграции их соучастников. Они формируются исторически с концернов и семейных групп до стратегических альянсов в конце XX века. Стоит отметить, что снова образующиеся организационные формы не вытесняют предыдущие типы интеграции фирм, а расширяют их. Происходит увеличение разнообра-

зия форм. Взаимосвязи между предприятиями становятся все более трудными, принимая во внимание вероятность коопераций интегрированных структур.

С начала прошлого столетия в экономике появилось такое понятие как картель. Этот термин используется до сих пор. Сейчас как никогда актуальна тема о создании картелей. Картели считаются необходимой и значительной составляющей нынешней экономики. Картельные соглашения, то есть договоренности между некоторыми предприятиями с целью остаться в борьбе с наиболее крупными предприятиями, могут помочь формированию равно как небольших, так и средних компаний.

Кроме того, картельные соглашения могут помочь выйти небольшим и посредственным компаниям на рынок. Картели предназначаются для того, чтобы избежать производственного упадка, возобновления равновесия спроса и предложения в той или иной отрасли. Но у картельных соглашений есть свои недостатки. Являясь одним из видов монополий, картель, безусловно, отрицательно оказывает влияние на экономику России: установка цен на рынке, ограничение выпуска и качества товаров, ограничение производственных мощностей. Также картельные договоры считаются преградой конкурентной борьбы, покупатель в данном случае проигрывает [3, с. 4].

Существует большое количество примеров, когда фирмы, либо компании объединяются с целью присвоения существенной доли рынка, что им даст возможность легко устанавливать свои требования. При сговорах на торгах конкуренты договариваются об условиях участия в торгах с тем, чтобы максимизировать собственный доход и устранить конкурентную борьбу. Признаками ценового сговора могут быть одинаковая или схожая цена у конкурентов, либо одновременное изменение цен или же изменение на равную величину.

Важно выделить то, что картельные альянсы не во всех случаях формируются с целью присвоения рынка, они формируются ещё для того, чтобы их члены наиболее результативно имели возможность достигать собственных целей [9, с. 390]. На сегодняшнем этапе имеется направленность к отклонению от классической практики организации компаний на производственной основе, если объединение соучастников определяет производственные квоты. Картельные союзы в данное время все без исключения нередко концентрируют внимание на подобные нюансы, как более продуктивный выход в новые торги, взаимное управление формирования абсолютно всех участников.

Стоит заметить, что в России, как и в других странах, картельные соглашения запрещены законом. Однако, на данный момент они пользуются большой популярностью, так как сейчас самое благоприятное время для их развития: плохо развит правовой рычаг [2, с. 25] (так как если сравнивать с правовой системой США, это очень выделяется), сильное желание недобросовестных собственников бизнеса к объединению с целью получения дополнительной прибыли. Согласно статистике ФАС РФ, количество обнаруженных случаев формирования картелей постоянно увеличивается. Борьба с картелями является приоритетным направлением российской антимонопольной политики. На сегодняшний день существует ответственность за содействие и участие в объединении предприятия в картельном соглашении в объеме приблизительно 15% от всего оборота компании на рынке, а также полагается уголовная ответственность отдельных лиц данного соглашения. Так, например, в России в 2009 году были ужесточены меры ответственности за картельные соглашения.

Меры, перечисленные выше, не совсем справляются с основной задачей, с регулярным устранением картелей. Несмотря на все попытки устранить их, они все же продолжают существовать.

Примером картельного договора служит дело между МЧС России и ОАО ЦАСЭО (Центр аварийно-спасательных и экологических операций). 27 августа 2009 года ФАС оштрафовало ОАО «Центр аварийно-спасательных и экологических операций» (ОАО «ЦАСЭО») за осуществление согласованных действий, которые удерживают конкурентную борьбу, почти на 2,5 млн руб. Данное хозяйствующее лицо, с частной формой собственности, нечестным путем оказалось приближенным к основному спасательному ведомству. Имеется определенная нормативная база, в соответствии с которой все без исключения небезопасные объекты, особенно те, где возможны нефтеразливы, должны либо иметь свои аварийно-спасательные формирования, либо заключить договор с профессиональными аварийно-спасательными формированиями. Произошло так, что на федеральном уровне достаточно крупным нефтяным компаниям и нефтетрейдерам МЧС очень настойчиво советовало работать именно с ЦАСЭО. Совместно с правоохранительными органами, ФАС начали расследовать это дело. И не зря. Стало известно, что определенные должностные лица МЧС обладают непосредственной выгодой от работы данной фирмы. В итоге, взаимовыгодный союз между органом власти и частной компанией был раскрыт. Их вина была доказана согласно статье 16 закона о защите конкуренции. Компания ЦАСЭО была оштрафована, должностные лица МЧС не остались в стороне, они также были привлечены к административной ответственности. Исходя из этого, правоохранительные орга-

ны возбудили уголовное дело по этим фактам за превышение должностных обязанностей и злоупотребление должностным положением [10].

Также существуют дела о картелях, которые называют «классическими». К примеру, дело, у которого необычное название «Спички». В сговоре приняло участие десять компаний, их доля на рынке производства спичек достигала 95 процентов. На протяжении, вероятно, девяти лет они собирались каждые три месяца. У них было картельное соглашение по ценам, объемам производства, а также по разделу рынка по территориальному принципу. Они оформляли соответствующие документы, вводили санкции против компаний, которые не хотели с ними сотрудничать. ФАС, получив подтверждения действий данного сговора в результате совместной работы с правоохранительными органами, возбудили дело 2009 году, действовала мера о том, что лица, состоящие в картельном соглашении, добровольно признавшие свою вину, могут избежать ответственности. Благодаря множеству улик причастности компании, которые в этом были задействованы, сознались в том, что не соблюдали антимонопольное законодательство, и написали соответствующие заявления в ФАС. Вина их была установлена, однако к ответственности, учитывая добровольное раскаяние, они привлечены не были [1].

Весной 2009 года на одном из совещаний с представителями малого бизнеса руководитель правительства России В.В. Путин предложил идею о том, что следует отменить использование контрольно-кассовых машин малыми предпринимателями, у тех, кто платит налог на вмененный доход [1]. Эта новость принесла много неприятностей на рынок производителей контрольно-кассовых машин. Специалисты посчитали, что, если плательщики ЕНВД откажутся от касс, продажи сократятся чуть ли не наполовину. Кто-то даже называл катастрофические цифры – 80 процентов. Очевидно, что некоторым фирмам на рынке следует покинуть его. И поэтому часть производителей, объединившись в картель, воспользовались ситуацией в своих интересах. Они распространили соответствующие письма, собрали несколько совещаний, куда пригласили своих контрагентов – центры технического обслуживания, которые реализуют и обслуживают кассовые аппараты. Убеждали их, что необходимо покупать только продукцию предприятий – участников картеля. ФАС взяла ситуацию под контроль и доказала, что был сговор. Они признали свою вину.

Ни для кого не секрет, что картели запрещены законом. Однако, нередко можно увидеть очередную сенсацию о раскрытии картельного соглашения. Какие бы меры по борьбе с картелями не предпринимались ФАС, предприятия продолжают объединяться. Таким образом, при наличии в отрасли соглашения или неявного единства действий фирм (картельного типа союзов) рынок становится более прогнозируемым, а его структура является более устойчивой [11, с. 133; 12, с. 27].

#### Литература

1. Дело о спичках [Электронный ресурс]. URL: <https://rg.ru/2010/10/05/fas.html> (дата обращения: 25.03.2017).
2. Кирушенко И.Л. Правовое регулирование картелей в России // Коммерсант. 2009. № 2. С. 25.
3. Луценко И.Д. Караул Картель! // Экономика. 2008. № 7. С. 6.
4. Любященко С.Н., Мамонов В.И. Рыночная концентрация в условиях группирования предприятий и экономическая эффективность // Вестник НГУЭУ. 2013. № 3. С. 92–106.
5. Любященко С.Н. Оценка уровня экономической концентрации и результаты функционирования рынка // Научно-технические ведомости Санкт-Петербургского государственного политехнического университета. Экономические науки. Санкт-Петербург: СПбГПУ, 2006. № 6. С. 34–38.
6. Любященко С.Н. Тенденции структурной концентрации в отраслях промышленности в условиях кризиса // Наука. Промышленность. Оборона. Труды X Всероссийской научно-технической конференции / под ред. В.Е. Левина, В.И. Мишнева. 2009. С. 244–247.
7. Lyubyaschenko S.N. Globalization as a cause of transformation of the structure of Russian industry // North-East Asia Academic Forum. China, 2013. С. 118–123.
8. Мамонов В.И., Любященко С.Н., Бородин В.А. Динамика структурной концентрации и ее влияние на показатели деятельности промышленных предприятий // Вестник НГУЭУ. 2012. № 4. С. 92.
9. Менар К.О. Экономика организаций: учебник. СПб.: Феникс, 2006. 390 с.
10. ФАС оштрафовала ОАО «ЦАСЭО» (Москва) на 2,5 миллиона рублей за согласованные антиконкурентные действия. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.0-1.ru/?id=26195> (дата обращения: 26.03.2017).
11. Чепунова С.Н. Оценка уровня структурной концентрации и результаты функционирования рынка: дис. ... канд. экон. наук. Новосибирск, 2004. 125 с.
12. Чепунова С.Н. Оценка уровня структурной концентрации и результаты функционирования рынка: автореф. дис. ... канд. экон. наук. Новосибирск, 2004. 29 с.

## **ПРОБЛЕМЫ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ АКТИВНЫХ ОПЕРАЦИЙ КОММЕРЧЕСКИМИ БАНКАМИ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

На сегодняшний день характерной особенностью Российской Федерации является формирование внешнего и внутреннего государственного долга. Государственные кредитные ресурсы в современных условиях оказывают существенное воздействие на экономическое развитие страны, а также регулирует долговые проблемы государства.

В настоящее время развитие банковской системы Российской Федерации сопряжено с рядом проблем. К основным проблемам развития коммерческих банков в стране относятся политические и экономические проблемы. К политическим проблемам целесообразно отнести: 1) изменение внешней политики Российской Федерации; 2) введение санкций против Российской Федерации странами Европейского союза и США; 3) запрет доступа отечественным коммерческим банкам к зарубежным рынкам «дешевых» и «длинных» денег.

К экономическим проблемам целесообразно отнести: 1) ослабление банковской системы страны и денежно-кредитного сектора; 2) повышение валютного курса, что привело к колебаниям на валютном рынке страны; 3) недостаточность ресурсной базы коммерческих банков в Российской Федерации; 4) снижение доверия к банковской системе страны со стороны физических и юридических лиц.

Целью данной статьи является рассмотрения проблем осуществления активных операций коммерческими банками в Российской Федерации.

В соответствии с поставленной целью в работе решены следующие задачи:

1. Рассмотрены проблемы банковской системы Российской Федерации.
2. Выявлены проблемы осуществления активных операций коммерческими банками в Российской Федерации.
3. Изучены проблемы управления активными операциями коммерческих банков в Российской Федерации.

Материалы и методы: исследования и последующие выводы были построены на основании изученного материала, законодательных актов, учебников и научных статей отечественных и зарубежных ученых по соответствующей проблематике.

В процессе написания статьи нами были использованы следующие методы научного познания:

1. Абстракции и конкретизации (при изучении проблем управления активными операциями коммерческих банков в Российской Федерации).
2. Методы анализа и синтеза (при рассмотрении проблемы банковской системы Российской Федерации, выявлении проблем осуществления активных операций коммерческими банками в Российской Федерации).

По мнению Антонова П.Г., Песселя М.А., «к основным активным операциям коммерческих банков относятся: 1) кассовые операции; 2) кредитные операции; 3) инвестиционные операции; 4) прочие операции» [1, с. 111]. И.П. Васильева отмечает, что «за последние десятилетия произошел значительный рост количества производимых валютных операций, и в частности рост количества используемых инструментов валютного рынка» [2, с. 47].

Целесообразно уделить внимание и проблемам банковской системы страны, которые вызваны действиями Центрального банка Российской Федерации и проводимой государством денежно-кредитной политикой. К ним относятся следующие:

- 1) использование Центральным банком Российской Федерации всех инструментов и методов по борьбе с инфляцией привело к неспособности Центрального банка Российской Федерации реагировать на изменение ситуации на финансовом, денежно-кредитном и валютном рынках, что, в свою очередь, привело к проблемам в деятельности коммерческих банков;
- 2) резкое уменьшение на рынке коммерческих банков привело к оттоку капитала из Российской Федерации за границу;
- 3) депозитные ресурсы коммерческих банков, которые не получили лицензию или она была у них отозвана Центральным банком Российской Федерации, перераспределились среди оставшихся функционировать коммерческих банков;
- 4) снижение уровня конкуренции среди коммерческих банков, что приводит к предложению менее привлекательных условий для клиентов коммерческих банков;



5) управление процентными ставками осуществляется Центральным банком Российской Федерации не с помощью рыночных инструментов, а в директивном порядке, что приводит к повышению процентных ставок по кредитным операциям коммерческих банков;

6) переход к плавающему валютному курсу Центральным банком Российской Федерации привел к резкому неподконтрольному снижению курса национальной валюты (рубля), что обусловило рост оттока капитала из банковской системы страны, а также повышения уровня недоверия к коммерческим банкам со стороны населения;

7) сокращение денежной массы Центральным банком Российской Федерации привело к росту внешней задолженности, что, в свою очередь, привело к ухудшению показателей платежного баланса и снижению курсу национальной валюты Российской Федерации, что способствовало снижению показателей ликвидности банковской системы Российской Федерации;

8) экономические санкции, введенные Европейским союзом и США против Российской Федерации, привели к валютным ограничениям для коммерческих банков Российской Федерации и спровоцировали снижение показателей ликвидности у коммерческих банков;

9) отток капитала из Российской Федерации и ограничение денежной массы Центральным банком Российской Федерации привело к негативному влиянию на платежный баланс и спровоцировали отрицательное сальдо инвестиционной деятельности коммерческих банков страны;

10) ужесточение политики рефинансирования Центральным банком Российской Федерации (повышение ставки рефинансирования, сужение инструментов рефинансирования и сокращение сроков предоставления кредитов коммерческим банкам Центральным банком Российской Федерации) привело к уменьшению количества операций на межбанковском рынке Российской Федерации.

С 1 января 2015 года Центральным банком Российской Федерации были введены новые требования по размеру уставного капитала для коммерческих банков. Проблемой является то, что около 50% всех действующих коммерческих банков, функционирующих на территории Российской Федерации, должны будут увеличить размер уставного капитала или уйти с банковского рынка. Проводимая Центральным банком Российской Федерации политика по санации банковской системы привела к увеличению кредитных портфелей и депозитных ресурсов в крупнейших банках, функционирующих на территории Российской Федерации. Тем не менее, коммерческие банки не дополучают вклады населения на депозитные счета, так как ситуация с отзывом лицензий Центральным банком Российской Федерации у коммерческих банков снижает уровень доверия со стороны физических и юридических лиц к банковской системе страны.

Проблемы банковской системы Российской Федерации связаны, в первую очередь, с деятельностью самих коммерческих банков страны, а, во вторую очередь, с денежно-кредитной политикой, проводимой Центральным банком Российской Федерации, и устанавливаемыми им нормативами. Проблемы банковской системы Российской Федерации представлены в таблице 1.

Таблица 1

**Проблемы банковской системы Российской Федерации**

Проблемы	Последствия
1. Отсутствие нормальной, честной и добросовестной конкуренции между коммерческими банками страны на межбанковском внутреннем рынке Российской Федерации.	Отсутствие равного доступа коммерческих банков к кредитам рефинансирования Центрального банка Российской Федерации, а также к другим финансовым ресурсам на межбанковском внутреннем рынке Российской Федерации.
2. Отсутствие механизма защиты и страхования вложений коммерческих банков Российской Федерации в долгосрочные финансовые активы.	Низкая привлекательность для коммерческих банков Российской Федерации вложений в долгосрочные ценные бумаги, и, как следствие: 1) не развитость данного вида ценных бумаг; 2) низкая степень развития рынка ценных бумаг в Российской Федерации; 3) отсутствие заинтересованности коммерческих банков Российской Федерации в привлечении долгосрочных кредитных финансовых ресурсов.
3. Отсутствие механизма эффективного и прозрачного вложения временно свободных финансовых ресурсов Федерального бюджета Российской Федерации, а также региональных бюджетов во внебюджетные фонды Российской Федерации и высоколиквидные и низкорисковые инструменты рынка ценных бумаг Российской Федерации.	1) отсутствие финансовых ресурсов во внебюджетных фондах Российской Федерации; 2) низкая степень развития рынка ценных бумаг в Российской Федерации, а также многих инструментов рынка ценных бумаг; 3) недополучение дохода Федеральным бюджетом Российской Федерации, а также региональными бюджетами.

С целью устранения и минимизации проблем банковской системы Российской Федерации, представленных в таблице 3.1, целесообразно усовершенствовать банковское законодательство Российской Федерации, а также пересмотреть денежно-кредитную политику Центрального банка Российской Федерации с целью дать возможность коммерческим банкам страны иметь равный доступ к кредитам рефинансирования Центрального банка Российской Федерации, а также к финансовым ресурсам на межбанковском рынке Российской Федерации. При осуществлении активных операций коммерческие банки в Российской Федерации сталкиваются с определенными проблемами. Проблемы осуществления активных операций коммерческими банками в Российской Федерации представлены в таблице 2.

Таблица 2

**Проблемы осуществления активных операций коммерческими банками в Российской Федерации**

Виды коммерческих банков	Проблемы осуществления активных операций
1	2
1. Коммерческие банки с государственным участием	1) недостаточная капитализация данных коммерческих банков в Российской Федерации; 2) высокая просрочка по предоставленным ранее кредитам коммерческим банкам Российской Федерации; 3) использование данных коммерческих банков для решения текущих проблем отсутствия финансовых ресурсов в Федеральном бюджете Российской Федерации, что негативно влияет на качество и структуру их кредитных портфелей; 4) размытая и нечеткая роль данных коммерческих банков с государственным участием в экономике Российской Федерации.
2. Частные коммерческие банки	1) безответственность собственников части данных коммерческих банков за будущее коммерческого банка и судьбу его вкладчиков и кредиторов, что приводит к тому, что при банкротстве данных коммерческих банков их собственники выводят свои денежные средства из банковских учреждений раньше, чем вкладчики и кредиторы получают свои денежные средства, что снижает уровень доверия к данным коммерческим банкам; 2) противоправная деятельность некоторых из частных коммерческих банков; 3) нормативы Центрального банка Российской Федерации, которые заставляют коммерческие банки повышать свои уставные капиталы; 4) отсутствие долгосрочных финансовых ресурсов в ресурсной базе данных коммерческих банков.
3. Коммерческие банки с иностранным капиталом.	1) недостаточная капитализация данных коммерческих банков в Российской Федерации; 2) несоответствие стратегических целей данных коммерческих банков их нахождению и функционированию на территории Российской Федерации; 3) проблемы с получением финансовых ресурсов от своих материнских структур.
4. Коммерческие банки с российским капиталом	1) высокая концентрация обслуживания предприятий реального сектора экономики Российской Федерации в данных коммерческих банках; 2) в случае продолжения отсутствия активности в кредитовании экономики Российской Федерации и высоких процентных ставок на кредитные ресурсы, вероятно банкротство многих коммерческих банков в Российской Федерации; 3) специфические стратегические цели функционирования данных коммерческих банков в Российской Федерации противоположные интересам экономики страны; 4) давление на кредитную политику данных коммерческих банков государственных структур, а также подчинение их деятельности политическим интересам государства.

Проблемы управления активными операциями коммерческих банков в Российской Федерации представлены в таблице 3.

Таблица 3

**Проблемы управления активными операциями коммерческих банков в Российской Федерации**

Проблемы	Сущность проблем
1	2
1. Отсутствие кредитной истории заемщиков	дает возможность недобросовестным заемщикам брать новые кредиты, не погасив предыдущие или погасив их с большой задержкой;
2. Неофициальные доходы заемщиков	не дает возможности заемщикам брать необходимые им кредитные ресурсы, а коммерческим банкам – находить платежеспособного заемщика;

3. Отсутствие у коммерческих банков в Российской Федерации долгосрочных финансовых ресурсов	не позволяет коммерческим банкам страны создавать привлекательные условия кредитования для заемщиков (физических и юридических лиц);
4. Отсутствие достоверной оценки кредитоспособности заемщика	приводит к тому, что часть кредитов, предоставленных коммерческими банками, становятся проблемными;
5. Отсутствие простого и понятного механизма возврата ранее взятого кредита коммерческому банку в случае несостоятельности заемщика	ведет к потере основной суммы предоставленного ранее кредита, судебным и административным издержкам, а также большие финансовые издержки для коммерческого банка.
6. Сложность в реализации залогов по предоставленным кредитам в случае неплатежеспособности заемщика	дороговизна и неудобство реализации залогов позволяет недобросовестным заемщикам перезакладывать залоги под новые кредиты коммерческих банков;
7. Высокие процентные ставки по предоставляемым коммерческими банками кредитам	зависимость процентных ставок по кредитам коммерческих банков уровню инфляции в стране повышает их, что увеличивает риски невозврата взятых кредитов заемщиками и сужает круг потенциальных заемщиков;
8. Непрозрачность деятельности малых и средних предприятий в Российской Федерации	не дает возможности нормально развиваться банковскому кредитованию юридических лиц;
9. Проблема невозврата кредитов, предоставленных коммерческими банками, заемщиками	с целью увеличения кредитного портфеля коммерческие банки страны снижают требования к потенциальным заемщикам, что ведет к увеличению количества проблемных и безнадежных кредитов, а также повышению резервов в коммерческих банках;
10. Нецелевое использование заемщиками предоставленных коммерческими банками кредитов	повышает риски невозврата кредитов, предоставленных коммерческими банками в стране, заемщиками;
11. Неполная оценка поручителей по предоставленным коммерческими банками кредитам	в случае невозврата заемщиком взятых у коммерческого банка кредитных ресурсов возникает сложность в возврате кредита, так как поручители часто являются неплатежеспособными;
12. Скрытые платежи по предоставленным коммерческими банками кредитам	часто в кредитном договоре, заключенном содержатся скрытые платежи, которые коммерческие банки не сообщают заемщикам, что снижает уровень доверия физических и юридических лиц к коммерческим банкам в Российской Федерации;
13. Сложность в оценке предоставляемых заемщиками залогов	неправильная оценка предоставляемых заемщиками залогов приводит к увеличению рисков невозврата кредитов заемщиками;
14. Непрогнозируемость уровня инфляции в стране	непрогнозируемая инфляция в стране заставляет коммерческие банки в Российской Федерации заранее повышать процентные ставки по предоставляемым кредитам с целью покрыть уровень инфляции, который может возрасти в будущем.

Таким образом, из всего вышеизложенного можно сделать вывод, что проблемы активных операций коммерческих банков в Российской Федерации связаны с политическими, экономическими проблемами и проблемами денежно-кредитной сферы. Данные проблемы в последнее время находят решение, что связано с грамотной и эффективной проводимой денежно-кредитной политикой Центрального банка Российской Федерации и адаптацией коммерческих банков к изменившимся условиям на межбанковском, валютном и кредитном рынках.

На основании изученных проблем управления активными операциями коммерческих банков в Российской Федерации, целесообразно предложить следующие направления повышения эффективности активных операций коммерческих банков страны: 1) Центральный банк Российской Федерации в ближайшей перспективе должен инициировать принятие законодательных актов, которые бы законодательно урегулировали все кредитные взаимоотношения между кредиторами и заемщиками в Российской Федерации; 2) Центральному банку Российской Федерации необходимо установить квалифицированные требования к работникам так называемых «отдаленных рабочих мест», которые берут участие в выборе заемщиков коммерческого банка, что должно уменьшить объемы проблемных кредитов; 3) в ближайшее время целесообразно провести массовые проверки банковских учреждений в рамках выполнения Положения Центрального банка Российской Федерации «Правила предоставления коммерческими банками Российской Федерации информации клиенту про условия кредитования и общую стоимость кредита».

## Литература

1. Аджиева А.Ю., Дикарева И.А. Некоторые подходы к аудиту финансовых результатов // Новая наука: Теоретический и практический взгляд / отв. ред. И.Н. Пилипчук. 2016. С. 241–244.
2. Аджиева А.Ю., Дикарева И.А. Необходимость внедрения системы внутреннего контроля на предприятии и пути совершенствования // Новая наука: Теоретический и практический взгляд / отв. ред. И.Н. Пилипчук. 2016. С. 245–247.
3. Аджиева А.Ю., Мазлов В.З. Формирование конкурентоспособной институциональной среды на региональном рынке АПК // Экономические науки. 2010. Т. 63. № 2. С. 173–177.
4. Антонов П.Г., Пессель М.А. Денежное обращение, кредиты, банки: учебник / П.Г. Антонов, М.А. Пессель. – М.: АО «Финстатинформ», 1995. – 296 с.
5. Васильева И.П. Валютный рынок. Современный оборот глобального валютного рынка: распределение по инструментам / И.П. Васильева // Финансы и кредит. – 2011. – № 22. – С. 46–53.

УДК 339.138:796

**М.А. Макаркин, магистрант**

*Научный руководитель: И.М. Кублин, д-р экон. наук, профессор  
г. Саратов, Саратовский социально-экономический институт (филиал)  
Российского экономического университета им. Г.В. Плеханова*

## СОВРЕМЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ СПОРТИВНОГО МАРКЕТИНГА

Традиционно маркетинг рассматривается как философия предпринимательской деятельности и ассоциируется с производственной, коммерческой, рекламной и сбытовой деятельностью на рынке, информационными и рекламными задачами, реализацией продукции или предоставленными услугами. В сферу интересов маркетинга входят также информационно-поисковые задачи, которые связаны с логистикой, снабжением, закупками, заказами, изучением конкурентов.

Современный мир неоднократно видоизменялся, изменилось и с ним отношение к спорту. Вовлечение в спорт товарно-денежных отношений, появление тенденций, стремительность социальных изменений судьбоносно повлияли на спорт.

Сам спорт проник во многие социальные институты, многие государства понимают роль спорта в жизни человека и его влияние на него, выделяют на его развитие огромные средства. Также современный рынок позволил создать из спорта не просто массовое развлечение, а целое направление бизнеса с привлечением огромных денежных средств. Сейчас современный спорт – это феномен, который позволяет зарабатывать значительные финансовые средства.

Маркетинг тоже не остался в стороне. Так как маркетинг это явление западное, то и взаимосвязь, а также взаимоотношения между маркетингом и спортом изначально появились на Западе.

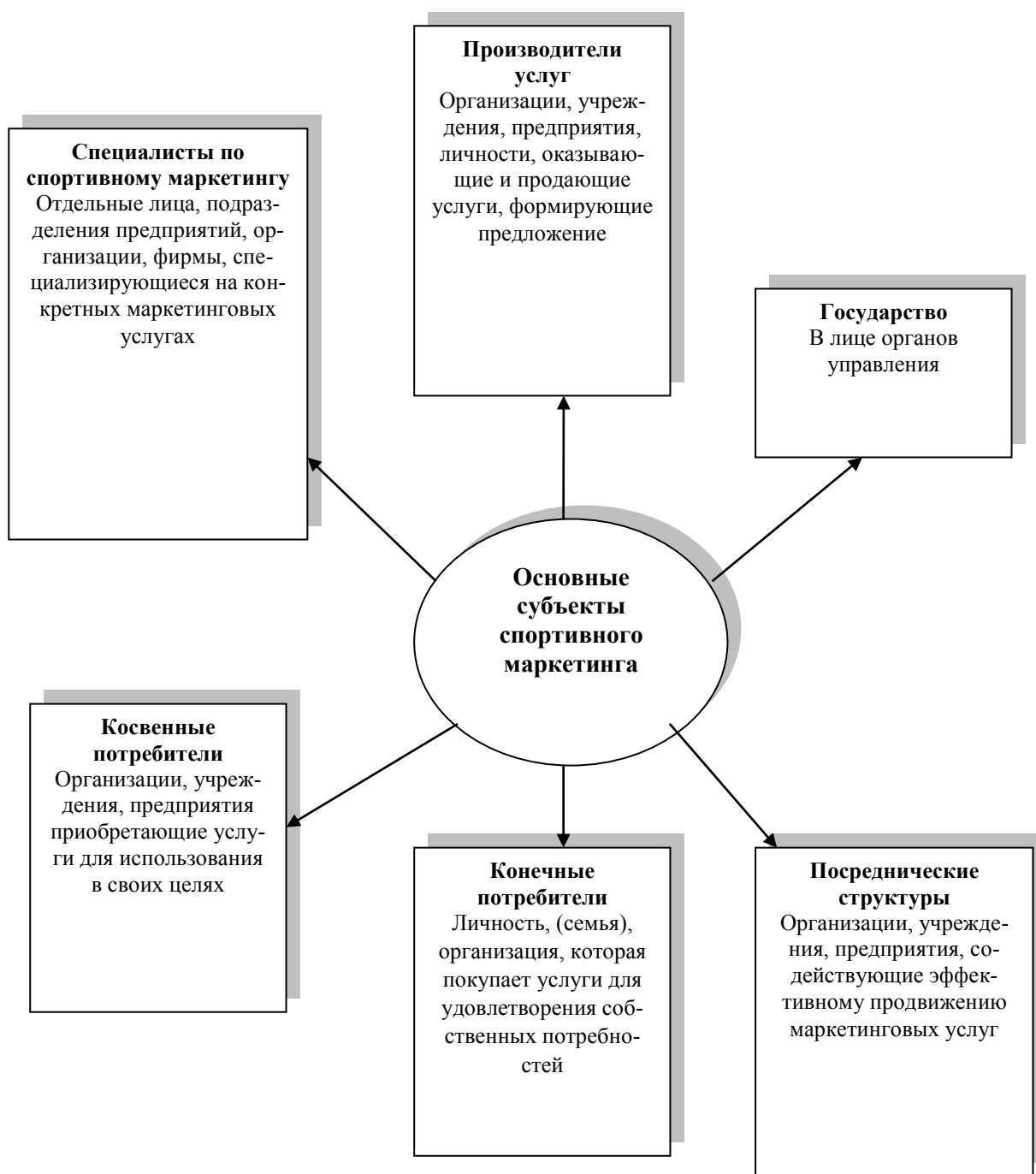
Современный маркетинг в спорте можно разделить на несколько направлений. Самый первый и понятный: это деятельность, направленная на продвижение, рекламу и продажу спортивных товаров, услуг и оборудования. Его называют маркетинг в спорте.

Данный компонент спортивного маркетинга может быть основной, так как именно здесь сосредотачиваются события, дающие импульс развития спортивной индустрии. Здесь речь может идти о спортивном событии, рядом с которым выстраиваются все остальные рынки – товаров, спортивных услуг, инфраструктуры, сооружений, спонсорства и т.д.

Основные участники маркетинговых отношений в спорте представлены на рисунке 1.

Как видно из рисунка 1, основные субъекты маркетинга в спорте можно разделить на пять больших групп:

- 1) потребители услуг физической культуры и спорта (отдельные личности, учреждения, предприятия, организации);
- 2) производители услуг физической культуры и спорта (организации, предприятия, учреждения);
- 3) посреднические структуры (организации, предприятия, учреждения);
- 4) специалисты отдельные лица, подразделения, (службы, отделы и др.) фирмы, организаций, предприятий, учреждений физкультурно-спортивного профиля.
- 5) государство в лице органов государственного управления физической культурой и спортом;



**Рис. 1. Основные субъекты маркетинговых отношений в сфере услуг физической культуры и спорта**

Мировая индустрия спорта в последние десятилетия развивается все более интенсивно, сближаясь и конвергируя с индустрией развлечений. Не маловажную роль в этом играют развивающиеся информационные технологии, которые все больше определяют то, как люди тратят свободное время. Спорт становится не только способом проведения свободного времени, личного отдыха и образа жизни, местом для азартных игр, но и обеспечивает постоянно растущий рынок для инвестиций (для деловых людей). Для местных властей спорт является одним из способов пополнения местного бюджета.

Но возможно самое главное состоит в том, что спорт пробуждает огромную страсть внутри человека, который готов менять свое поведение, привычки и следовать за любимой командой на соревнованиях, поддерживать ее во всех событиях и как следствие потреблять продукты и услуги, связанные или ассоциированные с брендом любимой команды. Поэтому исследование поведения болельщиков, оценка влияния спортивных брендов на различные группы стейкхолдеров становятся актуальными для развития теории и практики спортивного маркетинга.

Понятие индустрии спорта очень емкое и достаточно сложное, поскольку охватывает множество отраслей, а также объектов инфраструктуры, что осложняет исследование феномена спортивного маркетинга. По оценкам консалтинговой фирмы А.Т.Кеагну глобальная индустрия спорта в 2011 г. оценивалась в 480–620 млрд долл. [6].

По другим оценкам, только спортивный рынок США составляет 498,4 млрд долл., а всего мира 1,5 трлн долл. [5]. Однако, если включить в спортивную индустрию не только напрямую относящиеся к ней отрасли (продажа билетов, лицензированной продукции), но и спортивные видеоигры, спортивные товары и оборудование, доходы от функционирования спортивных объектов (фитнес-клубов, стадионов и т.п.) и многое другое, то оценки могут существенно поменяться.

В развитых странах в индустрии спорта занята значительная часть рабочей силы. Официальное бюро статистики труда США подсчитало, что в 2014 г. числилось 11,5 тыс. профессиональных американских спортсменов плюс 211,7 тренеров и скаутов наряду с 17,5 тыс. судей и должностных лиц. Помимо этого 547,5 тыс. американцев работали в фитнес-центрах, 41,2 тыс. – на горнолыжных объектах, 65,4 тыс. – в боулинг-клубах и 358,1 тыс. – в загородных клубах для гольфа. В общей сложности, около 1,5 млн американцев работали непосредственно в индустрии развлечений, спорта и отдыха. Еще 51,1 тыс. человек работали в оптовой торговле спортивными товарами, а 279,5 тыс. – в розничных магазинах спортивных товаров. Спорт, отдых и сопутствующие товары и услуги были одним из самых значимых новых драйверов рабочих мест в течение последних трех лет (с 2011 г.) [4, с. 236].

Однако большая часть исследователей и практиков относит к индустрии спорта четыре основных вида деятельности. Так, согласно исследователям из PWC, индустрия спорта включает:

- спонсорство: платежи за размещение продукта (логотипа фирмы) на спортивных мероприятиях с целью ассоциирования его с командой, лигой или событием с указанием правообладателя на этот продукт.
- доходы от продажи билетов на посещение спортивных событий;
- сборы за продажу прав СМИ на трансляцию спортивных событий в прямом эфире кабельных телевизионных сетей, телевизионных станций, наземных радио, спутникового радио, в интернете и на мобильных устройствах;
- доходы от мерчендайзинга: продажа лицензионной продукции с логотипом команды или лиги, образов игроков или другой интеллектуальной собственности. Доходы от продажи еды на спортивных мероприятиях не включаются [2, с. 60].

Проведенные исследования показывают, что основными источниками роста в индустрии спорта являются спонсорство и продажа прав средствам массовой информации за трансляцию спортивных событий.

По оценкам специалистов PWC, глобальный рынок спорта растет примерно ежегодно на 3,7%, начиная с 2011 г., и уже к 2015 г. достиг 145,3 млрд долл. (рис. 2).

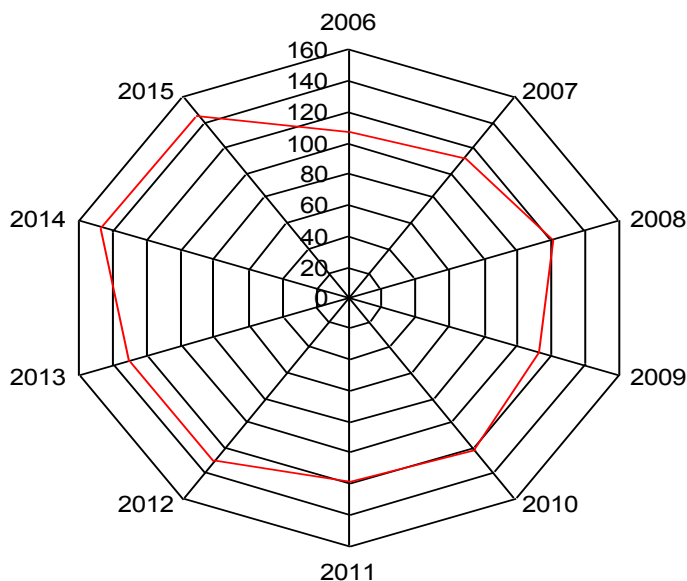


Рис. 2. Динамика доходов глобальной индустрии спорта, млрд долл., 2011–2015 гг. [7]

Согласно отчету PWC, Северной Америке принадлежит максимальная доля в доходах от спорта (41%). Далее следуют страны Европы, Среднего Востока и Африки (35%), Азиатского Тихоокеанского региона (19%) и Латинской Америки (5%). Несмотря на то, что рынок спорта Латинской Америки

наименьший, растет он наиболее высокими темпами. Наименьший рост демонстрирует рынок стран Европы, Среднего Востока и Африки – 2,9% в год.

Прогнозы PWC, сделанные в 2011 г., предсказывали наибольший рост рынка стран BRIC, который был оценен в 8,3 млрд долл. в 2010 г., рос на 7,7% ежегодно и должен был достичь к 2015 г. 10,4 млрд долл. Россия на данном рынке занимала лишь 8%. При этом очевидно, что за период с 2010 по 2015 г. наша доля могла вырасти за счет проведения летней универсиады в Казани в 2013 г., олимпийских и паралимпийских игр в Сочи в 2014 г., а также за счет планируемого мирового чемпионата ИРА в 2018 г.

В России пока отсутствует формализованное понятие индустрии спорта, что осложняет оценку рынка, сбор статистической информации. Однако очевидно, что данный сектор экономики может развиваться даже в кризис, поскольку болельщики и фанаты поддерживают любимые команды в любое время, особенно в трудное. Поэтому стоит задача проведения эмпирических исследований, позволяющих не только оценить рынок спорта и его перспективы, но и изучить поведение российских фанатов, их приверженность спортивным брендам, а также выработать наиболее эффективные стратегии развития российских спортивных брендов, включая их глобализацию.

Основные проблемы маркетинговой деятельности в спорте как в России, так и за рубежом можно охарактеризовать посредством ответов на традиционные для маркетинга, вопросы [3, с. 115]: Какие виды услуг производить и предлагать на различные сегменты рынка? Кто и за какие средства их будет оказывать? В какой период времени? В каком месте? На каких условиях и по какой цене? На какую аудиторию будет ориентироваться и кто будет основным потребителем спортивных мероприятий и т.п.?

Адаптируя перечисленные вопросы к области спортивного маркетинга можно выделить следующие основные проблемы маркетинговой деятельности в спортивной индустрии:

- параметры спроса, в отношении потенциальных и реальных потребителей спортивных состязаний;
- разнообразие ассортимента оказываемых спортивных услуг (по ширине, типам основных, дополнительных и сопутствующих услуг, полноте, степени соответствия запросам потребителей, глубине и др.);
- уровень качественных показателей оказываемых услуг;
- педагогические технологии (реализуемые методы, программы, формы, методики, средства, методические приемы обучения и тренировки,
- объем и режимы оказания услуг;
- условия и формы оплаты, цены на услуги;
- коммуникации: реклама (выбор адресатов, носителей, каналов распространения, форм и режимов, содержания, подачи сообщений), организация благоприятного общественного мнения, личные контакты.
- приоритеты и характеристики в отношении персонала, оказывающего услуги физической культуры и спорта.

Таким образом, проблемное содержание маркетинговой деятельности в сфере спорта связано, с одной стороны, с решением классических маркетинговых вопросов в отношении ценовой, товарной, сбытовой, кадровой и коммуникационной политики, а, с другой стороны, обладает рядом обусловленных, спецификой как самой сферы так и потребителей услуг этой сферы особенностей:

Первое, согласно концепции маркетинга, конечный потребитель признается центральным субъектом маркетинговых отношений и действий. Именно он объединяет вокруг себя всех остальных субъектов рынка, осуществляет выбор услуг, условий их оказания, активно участвует в процессе их оказания. Парадокс состоит в том, что, клиент, несмотря на свое центральное положение, является наименее информированным и защищенным среди всех субъектов маркетинговых отношений [1, с. 44].

Второе, роль государства особенно весома в спортивном маркетинге в отличие от других видов маркетинговой деятельности. Это связано с тем, что успех реализации маркетингового потенциала в сфере спорта определяется во многом практическими мерами содействия ему государственных органов управления разных уровней.

Кроме того, государство призвано выполнять ряд специфических маркетинговых функций, по существу невыполняемых другими субъектами в нужном объеме. Эти функции связаны с особой ролью государства в проектировании и построении рыночных отношений, и обеспечении маркетинговой деятельности в спортивной сфере.

Третье, физическая культура и спорт, в большой своей части, являются сферой некоммерческой. Это проявляется в том, что основными источниками финансирования спортивной деятельности являются средства общественных организаций, государственного бюджета, спонсоров различных фондов, и т.п. Это значит, что источник платежеспособного спроса и потребитель не совпадают.

Спортивный рынок двойственен, субъекты маркетинговых отношений в спортивной сфере одновременно имеют дело с двумя рыночными составляющими, каждая из которых, отдельно не может считаться полноценной. Первая составляющая представлена спонсорами, донорами, меценатами, попечителями и другими субъектами вкладывающие денежные средства в развитие спортивной индустрии. Вторая составляющая – это непосредственно конечные потребители. Данное положение вещей требует соблюдения баланса интересов обеих сторон.

Четвертое, успешность организаций и предприятий, оказывающих и продающих маркетинговые услуги в спортивной сфере, напрямую зависит от квалификации персонала, призванного осуществлять большой объем работы входящий в обширный спектр выполняемых функций – от разработки стратегии маркетинга и изучения рынка до сопровождения услуги в процессе ее потребления. Данная особенность позволяет рассматривать весь комплекс проблем с персонала как, фактор определяющий качество оказания услуг.

Пятое, как известно, методы обучения (программы, технологии средства, формы, методики, методические приемы тренировок, включая формы и методы оценки и контроля), за исключением случаев, когда они подлежат продаже именно как технологии, не являются непосредственно объектами маркетинга. Однако данный продукт оказывает наибольшее воздействие на параметры услуг физической культуры и спорта (в том числе на объема и показатели режима предоставления), формирование цены, коммуникационную политику организации или предприятия, а также на характеристики и приоритеты в отношении персонала, оказывающего данные услуги.

Из всего вышеизложенного можно сделать вывод, что спортивный маркетинг в современных условиях является частью объективной реальности, неотъемлемой составляющей жизнедеятельности современного общества, его необходимость и эффективность обусловлены современным уровнем развития рыночных отношений, в спортивной индустрии и действующими социокультурными традициями общества.

Спортивный маркетинг в России, несмотря на некоторые проблемы, также имеет и возможности для развития. Однако, не столько российскому законодательству, нужно обратить свое внимание на эту отрасль и продумать варианты ее коммерциализации, но и самим спортивным профессиональным организациям требуется пересмотреть свои управленческие идеи для возможности привлечения денежной массы в спорт, что в свою очередь приведет к развитию спорта на всей территории нашей страны.

#### Литература

1. Аракелова И.В., Кублин И.М. Маркетинг лояльности – инновационная концепция современного маркетинга // Актуальные проблемы экономики и менеджмента. 2014. № 3(03). С. 42–47.
2. Кублин И.М., Тинякова В.И. Инструменты управления лояльностью пользователей в социальном медиа-маркетинге, их разновидности и функции // Поволжский торгово-экономический журнал. 2013. № 5(33). С. 56–62.
3. Кублин И., Санинский С., Тинякова В. Проблемы и противоречия маркетинговых исследований в современной рыночной экономике // Проблемы теории и практики управления. 2015. № 10. С. 113–119.
4. Степанова О.Н. Маркетинг в сфере физической культуры и спорта: Монография [Текст] / О.Н. Степанова. Москва, 2003. С. 236.
5. Changing the game outlook for global sport market to 2015: Отчет PWC. URK: <https://www.pwc.com> (дата обращения: 04.03.2017).
6. The sport market. Отчет компании A.T. Kearny Inc, 2011.
7. <https://www.plunkettresearch.com> (дата обращения: 05.03.2017)



## **ОТМЫВАНИЕ ПРЕСТУПНЫХ ДОХОДОВ ПОСРЕДСТВОМ БИТКОИНОВ**

На протяжении многих лет по всему миру получили определенное распространение так называемые виртуальные валюты, в частности, биткоины. Актуальность данной темы обусловлена тем, что в последние годы участились случаи использования криптовалют для легализации доходов, полученных преступным путем, и финансирования терроризма. И данная проблема с каждым днем приобретает все более обширный и сложный характер.

Развитие биткоина вызвало всемирный ажиотаж со стороны всего населения, он стал привлекать всеобщее внимание, все больше людей вовлеклись в эту систему и его использование резко возросло. Широкое обсуждение и быстро растущая деловая активность биткоинов не могли остаться без внимания государственного сектора, так как по мере распространения расчетов криптовалютами снижается результативность государственного финансового контроля. Оборот виртуальных денег происходит в системе, находящейся вне правовых регуляторов, в связи с этим государственным органам становится сложно контролировать систему биткоинов и тем более привлекать к ответственности.

Следует отметить, что биткоины не подкреплены ни золотом, ни акциями, ни любыми другими материальными ценностями. Национальный банк не поддерживает курс криптовалюты. Операции по ним в основном носят чистый спекулятивный характер. Никто не может регулировать ценообразование в угоду собственных финансовых интересов. Таким образом, у виртуальных валют нет эмитентов, никто не регулирует курс искусственно, систему нельзя закрыть, свернуть или забрать деньги вкладчиков. Она никак не может пополнять казну государства, так как комиссия за транзакции не идёт ни в какие банки, способ обложения налогом виртуальных валют напрочь отсутствует. Только эти так называемые «достоинства» виртуальных валют уже негативно влияют на национальную валюту, например, рубль, с помощью которой государство может контролировать многие сферы общества.

Целесообразно подчеркнуть, что биткоин в некоторой степени анонимен, что мешает государству контролировать перемещение денежных средств. Их анонимность позволяет гражданам избегать повсеместного контроля за денежными операциями. В следствии создается возможность беспрепятственного вывода денег из страны. Узнать от кого именно и к кому переводились биткоины очень трудно, потому что отсутствует какая-либо отчетная документация и необходимая информация о сторонах сделки. Сложность также заключается в том, что уже исследуются и существуют различные новые методы шифрования информации о сторонах сделок с виртуальными валютами, и анонимизации биткоин-сделок в общем. Исследования и разработки в области защиты информации становятся все более популярными в современном информационном обществе наряду с широким использованием цифровых форматов мультимедиа и существующими проблемами управления цифровыми ресурсами [2, с. 1206]. Все это ещё более усложняет задачу раскрытия информации о личностях сторон биткоин-сделок, что представляется более привлекательным для преступных и асоциальных личностей, которые пользуются биткоинами в своих сугубо личных интересах. Поэтому данные платежные суррогаты могут использоваться кем угодно и на любые цели, в том числе и незаконные. Поэтому торговать запрещёнными товарами внутри страны становится гораздо проще. Ответственность за развитие новых методов анонимизации биткоин-сделок возложена на государство. Если и впредь государство будет разрабатывать новые способы перекрытия транзакции при помощи бикоинов, то будут придумываться ещё более изощренные методы обхода созданных государством ограничений. В свою очередь, стремительное развитие новых форм и методов обхода ограничений государства создает хорошие условия для преступных личностей в торговле запрещенными товарами. Также следует учитывать то, что под запрет могут попасть не только наркотики и оружие, а вполне обычные товары, что не вписывается в цели проводимой политики страны. Так борьба сторонников биткоина, а это, по всей видимости высококвалифицированные программисты, с притеснениями государства идет на руку для преступных элементов. В связи с анонимным характером деятельности по выпуску виртуальных валют граждане и юридические лица могут быть, в том числе непреднамеренно, вовлечены в противоправную деятельность, включая легализацию доходов, полученных преступным путем, и финансирование терроризма. Кроме того, использование денежных суррогатов в качестве средства платежа и накопления может повлечь нарушение прав вовлеченных в их оборот добросовестных лиц,

поскольку держатели денежных суррогатов ввиду их анонимности и виртуальности лишены возможности защиты своих интересов в судебном или административном порядке.

Учитывая данные факты, можно заключить, что с помощью биткоинов усиливается отмыwanie доходов, полученных преступным путем, которое представляет серьезную угрозу национальной и глобальной безопасности, нарушает нормальное функционирование государства и его основных экономических институтов, препятствует рыночным преобразованиям и контролю над финансовой системой страны со стороны государственных органов, вызывает недоверие в обществе к государственным институтам, создает негативный имидж России на международной арене.

Но прежде чем переходить к вопросу о запрете виртуальной валюты в РФ, стоит обратить внимание на зарубежный опыт обращения криптовалюты, получившей первую известность в 2008 году. Проведенный обзор литературы выявил три позиции управляющих органов государств к криптовалютам:

1. Негативно-запретительная (в странах с данной реакцией стремятся запретить криптовалюты);
2. Нейтрально-регулирующая (страны понимают неизбежность существования и использования криптовалют, разрабатываются инструменты для регулирования);
3. Лояльно-поощрительная (страны почти не препятствуют работе криптовалют).

При негативном отношении регулирующие органы страны рассматривают криптовалюты как фактор ему неподконтрольный, а, следовательно, как угрозу. В этом случае криптовалюты запрещают. К примеру, 5 декабря 2013 года Центральным банком Китая был введен запрет на использование биткоина финансовыми организациями страны. Что интересно, данный запрет не коснулся физических лиц. Им разрешено использовать криптовалюты и участвовать в транзакциях, принимая все возможные риски и последствия. Также использование криптовалюты запрещено в Бангладеш. Это связано с тем, что использование криптовалют способно нанести финансовый ущерб людям. В Бангладеш торговля цифровыми валютами наказывается до 12 лет лишения свободы. Во Вьетнаме в феврале 2014 года был запрещен биткоин, ссылаясь на потенциальное использование валюты преступниками и высокими рисками для инвесторов. Также запретный характер расчетов биткоинами существует в Швеции, Исландии, Эквадоре [5].

В странах с нейтрально-регулирующим отношением органы власти осознают неосуществимость полного запрета криптовалют, поскольку это целиком и полностью интернет-явление. Просто невозможно запретить использование криптовалют целиком, всегда найдутся лазейки обойти официальные запреты. Поэтому, при данном отношении к криптовалютам, регулирующие органы выступают за регламентацию криптовалют, стремятся законодательно определить данное явление и выработать инструменты по его хоть и частичному, но контролю. Среди первых стран, обративших большое внимание на криптовалюты, были США. В данной стране прилагают максимум усилий законодательного регулирования криптовалют. В США пользователи биткоинов, производящих их обмен на другие валюты регистрируются как фирмы, оказывающие расчетно-кассовые услуги. Другим примером нейтрально-регулирующего отношения к криптовалютам является Япония. Власти Японии положительно относятся к криптовалютам, более того, законодательно их регулируют. К примеру, японский финансовый регулятор заявил о необходимости приравнять биткоин и остальные криптовалюты к обычным деньгам [6].

При лояльно-поощрительной позиции к криптовалютам государственные регуляторы минимально вмешиваются в работу системы криптовалют, а зачастую создают благоприятные условия для их использования. Лояльно относятся к криптовалютам Швейцария, страны Евросоюза. К примеру, швейцарские власти рассматривают цифровые валюты в одном ряду с прочими иностранными валютами. В Евросоюзе криптовалюта биткоин может выступать средством платежа на уровне с традиционными валютами. При этом все операции, связанные с обменом биткоинов, облагаются налогом таким же образом, как и операции с традиционными валютами.

В России на протяжении всех лет с момента появления биткоинов национальные ведомства высказывались о криптовалютах в довольно негативном ключе. Так, 27 января 2014 года пресс-служба Банка России опубликовала позицию банка по отношению к криптовалютам. В данном послании криптовалюты были признаны денежным суррогатом и было вынесено предупреждение, что любое взаимодействие с криптовалютами будет рассматриваться как потенциальная вовлеченность в осуществление сомнительных операций в соответствии с законодательством о противодействии легализации доходов, полученных преступным путем, и финансирования терроризма [4]. В письме от ЦБ РФ никто не запрещал криптовалюты, хотя было ясно сказано, что криптовалютам в нашей стране не рады. Однако это не означает, что с 2014 года в России выработалось единое мнение о будущем крип-

товалют. Существует в настоящее время два противоборствующих отношения к криптовалютам – резко негативное и нейтрально-регулирующее.

У главы Следственного комитета РФ А. Бастрыкина негативное отношение к криптовалютам. По его мнению, следует ввести уголовную ответственность за деятельность, связанную с криптовалютами, по причине того, что их можно использовать для финансирования терроризма. К тому же другая угроза заключается в том, что это к тому же опасность нарушения финансовой стабильности государства в случае широкого распространения криптовалют [1].

Минфином России был разработан законопроект, предусматривающий уголовную ответственность за выпуск и оборот криптовалют [3]. Законопроект должен был поступить на рассмотрение в Госдуму не позднее июня 2016 года, однако в Совете Федерации не поддержали предложения запретить криптовалюты в России, посчитав, что развитие криптовалют в России неизбежно, что, на наш взгляд, лишний раз доказывает то, что власть уже сама начала верить тому, что запрет оборота криптовалют может затормозить развитие страны и отбросить Россию на годы назад.

Таким образом, интерес к криптовалюте со стороны потребителей и представителей бизнеса подтверждает, что мир всерьез рассматривает преимущества такого метода расчета. И без сомнения можно сказать, что виртуальная валюта в одночасье не прекратит свое существование. Ведь глобальный экономический кризис подкосил не только крупнейшие мировые экономики, но и существенно снизил доверие людей к ведущим национальным валютам. Пострадал имидж традиционных методов инвестирования, из-за несовершенства которых обычные вкладчики потеряли миллиарды. Все это вывело на первый план криптовалюту, которая с каждым годом укрепляет свои позиции в общей финансовой системе мира. Становится очевидным факт, что криптовалюты являются возможной угрозой для экономической безопасности России и существуют объективные проблемы с массовым использованием криптовалют среди населения. Вместе с тем, легализация криптовалют позволит рядовым пользователям использовать их на свой страх, не опасаясь уголовной ответственности. Таким образом, назрела острая необходимость разработки и внедрения рациональных мер борьбы с криптовалютами с учетом зарубежного опыта их регулирования.

#### Литература

1. Глава СК предложил ужесточить ответственность за валютные спекуляции. URL: <https://rg.ru/2016/01/14/sk-site.html>
2. Ковалева Э.Р., Кабашева И.А. Некоторые аспекты оценки экономической эффективности использования метода скрытого внедрения информации в файлы / Э.Р. Ковалева, И.А. Кабашева // Экономика и предпринимательство. – 2016. – № 10-3 (75-3). – С. 1206–1211.
3. Минфин подготовил законопроект о запрете биткоинов. URL: <http://www.vestifinance.ru/articles/68927>
4. Федеральный закон «О Центральном банке Российской Федерации (Банке России)» от 10.07.2002 г. № 86-ФЗ // Российская газета. – 2002. – 13 июля.
5. ЦБ Китая запретил биткоин. URL: <http://www.vedomosti.ru/finance/news/2013/12/05/cb-kitaya-zapretil-bankam-operacii-s-bitcoin>
6. Япония приравняет биткоин к фиатным валютам. URL: <https://bits.media/news/yaponiya-priravnyaet-bitkoin-k-fiatnym-valyutam>

УДК 331

*Д.С. Марков, студент*

*Научный руководитель: Г.В. Чепурко, канд. экон. наук, доцент  
г. Ставрополь, Северо-Кавказский федеральный университет*

## БЕЗРАБОТИЦА В СТАВРОПОЛЬСКОМ КРАЕ КАК ОСНОВА РЕФОРМИРОВАНИЯ ЭКОНОМИКИ

Безработица, как экономическое явление, неизбежна в любой стране мира. Она взаимосвязана с множеством других макроэкономических и социальных показателей, таких как: ВВП, теневая экономика в контексте теневой занятости и ухода от налогов, уровень жизни населения и прочее. Безработица – это социально-экономическое явление, при котором часть рабочей силы и, косвенно, нетрудовых (физический капитал и земля) ресурсов не задействована в процессе производства товаров и услуг [1, с. 76].

Выделяют следующие классические причины безработицы:

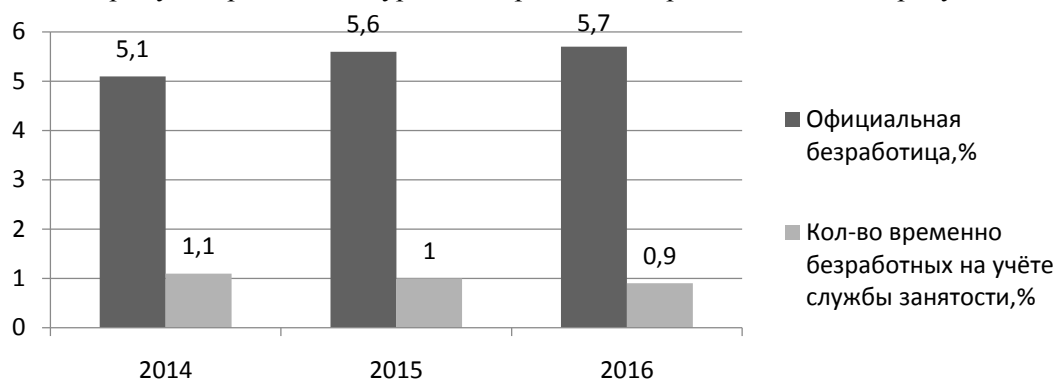
- демографические изменения – увеличение трудоспособной части населения повышает предложение труда при статичном спросе в виде рабочих мест;
- влияние профсоюзов на установления ставки заработной платы выше равновесной;
- снижение спроса на товары отдельной отрасли или категории – возникает необходимость сокращения производства и сокращения штатов;
- жизненные обстоятельства на уровне отдельного человека – рождение детей, переезд и другое [2, с. 2].

На основании выше изложенных причин можно вывести ещё одну причину, прямо воздействующую на национальную экономику и косвенно способствующую изменению показателя безработицы. Это резкие изменения во внешней торговле и системе международных связей, в которых участвует конкретная страна.

Подобная ситуация наблюдается в РФ и, частности, в Ставропольском крае. Это подтверждается результатами заседания Думы Ставропольского края за апрель 2015 года. Было выявлено, что санкции, выдвигаемые с марта 2014 года, а так же ответные действия страны вызвали снижение:

- объёмов инвестиций;
- активности региональной розничной торговли;
- денежных доходов населения и оказания им платных услуг;
- снижению деловой активности малого бизнеса и ухудшению положения в данной сфере [3].

Всё это напрямую отразилось на уровне безработицы, представленном на рисунке 1.

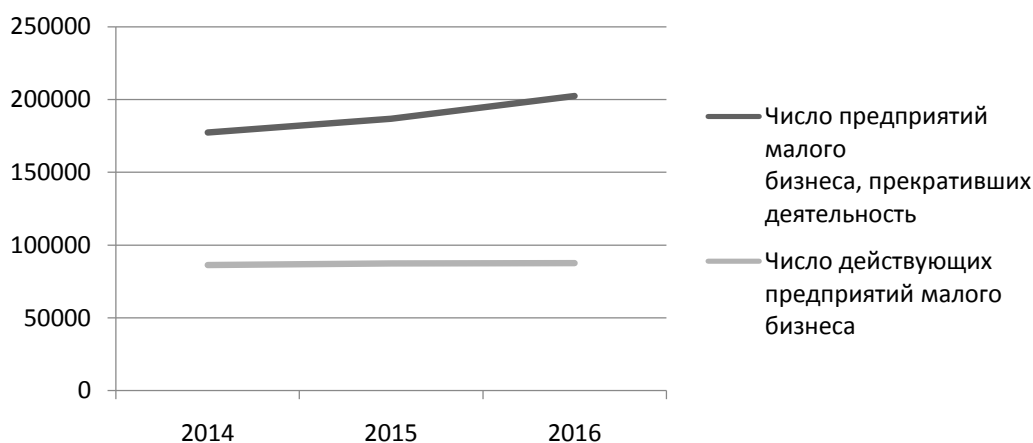


**Рис. 1. Соотношение общей и зарегистрированной безработицы в СК**

Источник: составлено автором на основе источника [4]

Исходя из рисунка видно, что внешняя деятельность государства напрямую повлияла на рост безработицы и уменьшение активности населения в целом. Ведь в 2013 году на учёте в социальной службе занятости СК числилось 16788 человек, в 2014 – 15389, в 2015 – 14077, а в 2016 – менее 13000 человек. Это объясняется уходом населения в «неформальную деятельность». В 2014 году в неформальной трудовой деятельности участвовали 495,2 тысяч чел., к 2017 году – 598,14 тысяч человек. Таким образом, теневая занятость в СК за 2 года увеличилась с 31,6% до 38,2% [5]. Данный аспект порождает повышение экономической преступности в виде ухода от уплаты налогов и, как следствие, увеличения дефицита бюджета.

Так же проблема безработицы обоснована ростом сокращения малого бизнеса в виде ИП и фермерских хозяйств. Данная тенденция отражена на рисунке 2.



**Рис. 2. Динамика развития масштабов малого бизнеса в СК по данным ЕГЮРЛ**  
 Источник: составлено автором на основе источника [6]

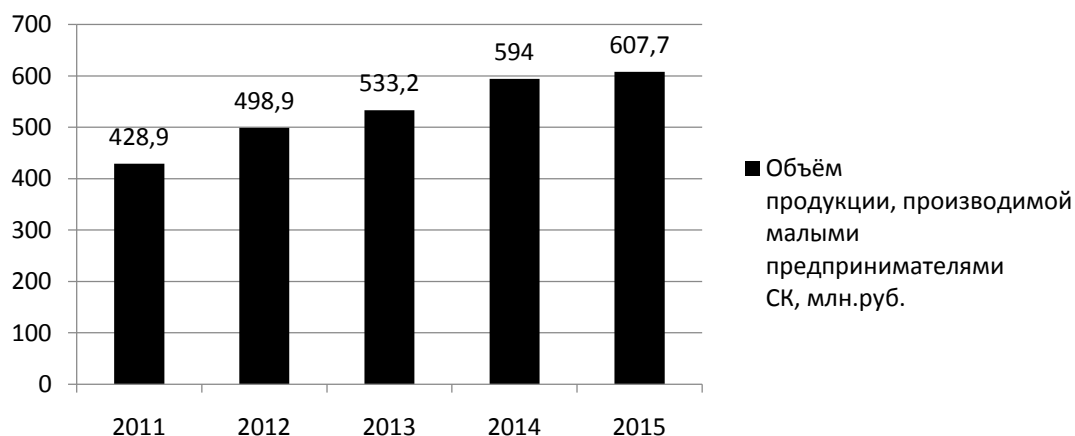
Видно, что за 3 года численность прекративших свою деятельность предприятий малого бизнеса выросла на 14,1% (с 177274 ед. в 2014 до 202303 ед. в 2016 г.) при увеличении рабочих предприятий на 1,5% (с 86295 ед. за 2014 до 87580 ед. в 2016 г.).

Исходя из всего вышесказанного, можно выделить наиболее важные негативные последствия безработицы:

- недопроизводство товаров и услуг при имеющихся национальных ресурсах;
- нарушение механизма реализации государственных функций в экономике;
- ужесточение ситуации на официальных рынках, уход предприятий в теневую экономику и подрыв официального сектора в целом;

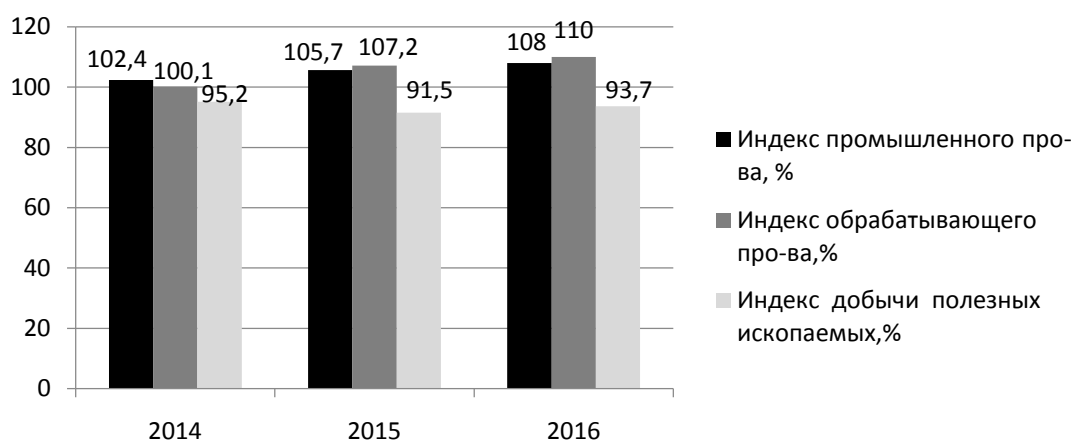
Однако при ухудшении положения в размерах малого бизнеса видна противоположная картина по выработке продукции, которую выдвигает официальная государственная статистика (рис. 3).

Согласно данным, даже не смотря на увеличение числа закрывающихся предприятий, при почти неизменном количестве предприятий работающих, наблюдается положительная тенденция роста объемов выпуска. Это объясняется уменьшением длительности жизни нерентабельных и малорентабельных предприятий, не выдержавшей конкуренции в условиях нарастающего кризиса. Получается, что безработица отрегулировала эффективность деятельности предприятий, очистив рынок от «неэффективных» предприятий и освободив рыночную нишу для будущего развития прибыльным предприятиям.



**Рис. 3. Объем продукции, производимой малыми предприятиями Ставропольского края, в том числе микропредприятиями и индивидуальными предпринимателями, млн руб.**  
 Источник: [7]

Особенностью влияния безработицы на экономику так же является изменение объемов производства в целом и по основным направлениям (рис. 4).



**Рис. 4. Динамика индексов производства СК**  
Источник: сделано автором на основе источника [8]

Из рисунка видно, что с 2014 года начинается активная разработка промышленной составляющей экономики края ввиду необходимости обеспечения в сложившийся кризисный период. Начинается активное развитие обрабатывающих отраслей промышленности при снижении упора на добывающие отрасли. Таким образом, безработица косвенно воздействует на план развития региона, изменяя структуру импорта и экспорта, а так же краевого производства.

Исходя из выше сказанного, можно вывести факторы позитивного влияния на экономику:

- мотивация рабочей части населения при одновременном увеличении производительности труда;
- формирование предпосылок для активного реформирования структуры производства региональной экономики.

Подобных положительных результатов удалось добиться благодаря проведенным в крае мероприятиям:

- организовано 214 ярмарок вакансий и учебных рабочих мест (113,8%);
- модернизация производства, создание в 2015–2018 годах более 20,0 тыс. новых высокотехнологичных рабочих мест;
- принятие закона Ставропольского края «О квотировании рабочих мест для инвалидов»;
- реализация государственной программы «Развитие сферы труда и занятости населения Ставропольского края»;
- ужесточение наказания за неформальную занятость и «зарплаты в конвертах» [9].

Таким образом, безработица на Ставропольском крае создала двойную экономическую ситуацию. С одной стороны, это сокращение работающего населения, рост теневой занятости, сокращение количества предприятий. С другой, рационализация труда и повышение эффективности уже существующего производства, а так же создание базы для реорганизации региональной экономики в сторону уменьшения импортной зависимости и повышение уровня самообеспечения и расширения производственной специализации региона. Из этого следует, что сложившаяся кризисная ситуация на рынке труда не однозначно отрицательна и при своевременном реформировании способна улучшить существовавшую до этого экономическую ситуацию.

#### Литература

1. Давыдова Е.Ю., Безяева О.И. Проблема безработицы в современной России // Территория науки. – № 1. – 2014. – С. 76.
2. Карамалиева Е.А., Токарева Г.В., Безгина Ю.А. Сущность и тенденции безработицы в Ставропольском крае [Электронный ресурс] // Журнал «Современные проблемы науки и образования». – № 3. – 2013. Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/problema-bezrabotitsy-v-sovremennoy-rossii>
3. Чепурко Г.В. Региональные аспекты процесса формирования трудового потенциала // Вестник Северо-Кавказского федерального университета. – 2010. – № 1. – С. 209–211.
4. Близнюк Н. Экономический кризис: не угроза, а вызов // Газета «Ставропольская правда» от 22 апреля 2014 г.
5. Занятость и безработица населения в Ставропольском крае [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://stavstat.gks.ru>
6. Мрвалевич П.П. Аналитическая записка о теневой экономике в Ставропольском крае [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://мрвалевич.рф/analiticheskaia-zapiska-o--tenevoi-ekonomike-v-stavropolskom-krae.html>

7. Сведения о работе по государственной регистрации индивидуальных предпринимателей и крестьянских хозяйств [Электронный ресурс] // Официальный сайт Федеральной налоговой службы. – Режим доступа: [https://www.nalog.ru/rn77/related\\_activities/statistics\\_and\\_analytics](https://www.nalog.ru/rn77/related_activities/statistics_and_analytics)

8. Отчёт губернатора Ставропольского края о результатах деятельности Правительства Ставропольского края за 2015 год [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.stavregion.ru>

9. Индексы производства по ОКВЕД-2007 [Электронный ресурс] / Федеральная служба государственной статистики. Режим доступа: [http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat\\_main/rosstat/ru/statistics/enterprise/industrial/#](http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/enterprise/industrial/#)

10. Доклад о состоянии и тенденциях рынка труда в Ставропольском крае [Электронный ресурс] / Министерство труда и социальной занятости населения Ставропольского края. Режим доступа: <http://stavzan.ru/Attachment.axd?id=b3823908-7cf9-42fd-b582-53dfd15e6588>

УДК 334

**М.В. Мартина, студент**

*Научный руководитель: Е.С. Моница, ст. преподаватель*

*г. Волгоград, Волгоградский филиал Российского экономического университета им. Г.В. Плеханова*

## **ОСОБЕННОСТИ УПРАВЛЕНИЯ ОРГАНИЗАЦИЯМИ МАЛОГО БИЗНЕСА В РОССИЙСКИХ УСЛОВИЯХ**

Система управления малым бизнесом в России существенно отличается от принципов менеджмента на крупных предприятиях. Обычно сам владелец собственности является непосредственным руководителем фирмы. Предприниматель заинтересован в развитии своего дела, поэтому он включен практически во все функциональные области организации.

Среди специфических особенностей управления малым бизнесом можно выделить следующие:

- Гибкость в принятии управленческих решений (в рыночных условиях, когда ситуация в экономике постоянно меняется, легче и дешевле принимать меры и вносить коррективы по вопросам деятельности организации по сравнению с крупным бизнесом);

- Осуществление более жесткого и тонкого контроля, а так же быстрая адаптация к потребностям потребителей (молниеносная реакция на запросы целевого потребителя позволяет руководству создать конкурентное преимущество и извлечь большую выгоду);

- Быстрота коммуникации в организации (в пределах малого предприятия гораздо легче давать команды, обсуждать их и приводить в действие. Отношения между партнерами являются более тесными и налаженными, что способствует получению выгодных контрактов);

- Неформальные отношения между сотрудниками организации (игнорирование некоторых видов формальностей упрощает взаимодействие работников друг с другом, что приводит к позитивной обстановке внутри фирмы, быстрой отдаче) [1, с. 125].

Управление бизнесом построено на системе принципов, средств и методов, которая ведет к повышению эффективности использования ресурсов времени и денег. Немаловажное значение должно уделяться грамотному управлению персоналом, так как эта способность служит неотъемлемым компонентом в деятельности малых предприятий [2].

Руководитель малого бизнеса должен быть всегда в курсе дел (то есть вникать в рабочий процесс организации); совмещать в себе множество качеств, которые помогут ему успешно управлять бизнесом. Рассмотрим некоторые из них:

1. Сдержанность. При принятии рабочих вопросов и решений излишняя эмоциональность является недопустимой, так как это ведет к неспособности поддерживать ситуацию в нужном русле;

2. Умение распределять обязанности. Необходимо грамотно распределить обязанности между сотрудниками для повышения эффективности деятельности, в дальнейшем осуществлять контроль за их исполнением;

3. Объективность, или способность правильно оценивать возможности и способности подчиненных, выделять и поощрять наиболее талантливых из них;

4. Наличие авторитета. Руководителя должны уважать, тогда все поручения и замечания будут адекватно восприняты;

5. Умение мотивировать. Для того, чтобы раскрыть потенциал каждого сотрудника, необходимо дать ему стимулы к развитию – премии, повышения, поощрения;

6. Профессионализм. Контроль и оценка деятельности подчиненных невозможны без понимания специфики этой деятельности;

7. Способность определять возможности людей и ставить перед ними реально достижимые цели;
8. Умение контролировать производственный процесс. Контроль должен быть ненавязчивым и поэтапным.

Классификация менеджеров (руководителей) малого предприятия зависит от управленческой направленности. Они делятся на 2 типа:

- Руководитель по вкладу;
- Руководитель по результату.

Отличительные черты руководителей представлены следующим образом:

Таблица 1

**Отличительные черты руководителей малого предприятия**

Руководитель по результатам	Руководитель по вкладам
Принимает во внимание как работников своего предприятия, так и внешних партнеров	Концентрирует активность только на своих подчиненных и коллегах по работе
Определяет принципы функционирования предприятия для своих подчиненных и для всего предприятия	Принимает принципы деятельности, выработанные другими
Разграничивает значительную долю полномочий	Держит всё связующее звено управления в своих руках
Принимает во внимание требования реальной действительности	Действует схематично даже в изменяющихся условиях
Дает подчиненным возможность показать себя	Преподносит как свои, так и чужие идеи
Поощряет подчиненных в их стремлении к высоким целям	Заинтересован в основном в своей карьере
Способен отличить существенное от несущественного (в понимании рационального использования времени)	Заостряет внимание на рутинных вопросах, решение которых занимает большую часть времени
Стремится к самосовершенствованию в новых сферах деятельности	Предпочитает действовать на основе знаний, полученных им ранее
Прибегает к конструктивной критике деятельности организации	Критикует методы работы
Склонен к риску и высокой доли ответственности в работе	Стремится к стабильности, отвергая риск

Следует заметить, что только тот менеджер, который совмещает в своей работе навыки как руководителя по вкладам, так и руководителя по результатам, приведет свой бизнес к процветанию.

В России зачастую складывается ситуация, при которой велика вероятность того, что руководителем организации станет человек, имеющий родство или являющийся близким другом учредителя. Это приводит к разрушительному влиянию вследствие построения неправильного баланса между личной жизнью и деловыми отношениями, что способствует неэффективности функционирования предприятия.

Следовательно, управление малым бизнесом в России имеет свою специфику, поэтому начинающим предпринимателям следует обратить внимание на следующие аспекты управления в данной сфере:

Сбалансированность теории и практики. Руководители при создании малого бизнеса могут выбрать два пути. Одни для начала изучают теорию, размышляют над концепцией и идеологией, оформляют необходимую документацию и углубляются в законодательство, пренебрегая развитием своего бизнеса. Другие же берут кредит и без продолжительных размышлений переходят к практике.

Однако, и тем и другим стоит учитывать все нюансы. В идеале бюрократический и практический стили управления должны совмещаться, так как руководитель малого бизнеса должен быстро принимать решения, невзирая на непростую ситуацию в виде ограниченности средств.

Использование аутсорсинга. Так как малый бизнес имеет некоторые ограничения в численности сотрудников, руководитель должен распределять нагрузки как можно более равномерно. В особых случаях можно задействовать аутсорсинг, прибегнув к услугам рекрутинговых агентств. Ведь контракты, которые заключаются со сторонними специалистами, позволяют повысить эффективность деятельности и контроля. Это так же способствует экономии средств.

Высокая квалификация управленцев. Значимой чертой малого бизнеса является высокая степень ответственности руководителей, принимающих те или иные управленческие решения. Квалификация руководителей и эффективность менеджмента являются определяющими факторами для успешного ведения дел [4, с. 23].

Таким образом, в развитии малого бизнеса большую роль играют личные качества его владельцев: умение быстро принимать решения, искать нужных людей, контролировать производственные



процессы и мотивировать сотрудников. Правильный выбор методов управления и грамотное их применение позволит малому предприятию добиться положительных результатов на перспективу, а также занять устойчивое положение на рынке.

#### Литература

1. Бурков, В.Н. Модели и методы управления организационными системами / В.Н. Бурков, В.А. Ириков. – М.: Наука, 2004. – 345 с.
2. Максимцов М.М. Особенности управления персоналом малого предприятия [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://www.elitarium.ru/upravlenije\\_personalom\\_malogo\\_predpriatija](http://www.elitarium.ru/upravlenije_personalom_malogo_predpriatija)
3. Малое предпринимательство в современной России: конкуренция, планирование, финансы, риски: монография / О.В. Ангел, Я.В. Мещерякова, Л.В. Мантур и др. – Wrocław: Фонд «Русско-польский институт», 2015. – 280 с.
4. Проблемы и перспективы развития малого бизнеса в России // Российское предпринимательство. – 2011. – № 9. Вып. 1 (191). – С. 48.

УДК 35.083.53

**Д.В. Мартыненко, студент**

*Научный руководитель: Д.М. Горлов, канд. экон. наук, доцент  
г. Краснодар, Кубанский государственный аграрный университет им. И.Т. Трубилина*

### УПРАВЛЕНИЕ КАДРОВЫМ ПОТЕНЦИАЛОМ В АДМИНИСТРАЦИИ МУНИЦИПАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ ТИХОРЕЦКИЙ РАЙОН

Без создания эффективного механизма управления развитием кадрового потенциала исполнительно-распорядительного органа невозможно благополучие муниципального образования. В субъектах Российской Федерации формируются новые системы территориального управления и местного самоуправления, которые в наибольшей степени должны быть направлены на реальный и постоянный рост уровня жизни населения.

На органы местного самоуправления (МСУ) постепенно переносится вся тяжесть проводимых в стране реформ. Все это происходит на фоне:

- специфической, направленной на каждого работника кадровой политики, которую проводят руководители органов МСУ;
- возрастающих противоречий между постоянным увеличением количества управленческих кадров, затрачиваемыми на их подготовку и содержание ресурсами и конечными результатами их деятельности;
- усиливающихся противоречий между целями и задачами проводимых реформ и степенью использования кадровых ресурсов;
- переизбытка кадров.

Итак, что же такое управление кадровым потенциалом, какие функции оно выполняет и какими методами пользуется?

Под управлением кадровым потенциалом понимается приведение в соответствие способностей работников и целей, условий развития организации.

Управление кадровым потенциалом включает следующие функции: планирование персонала; отбор персонала; перемещение персонала; оценка; определение размера заработной платы; разработка системы поощрений; адаптация персонала; обучение персонала; продвижение работников по службе; увольнение работников [2, с. 153].

Существует ряд основных направлений кадровой политики по управлению персоналом. Обозначим их:

- обеспечение предприятия человеческими ресурсами (планирование потребности, поиск, набор и отбор персонала);
- использование персонала (управление карьерой, кадровым резервом);
- управление знаниями и организация системы профессионального обучения сотрудников организации.

Наиболее эффективным методом управления кадровым потенциалом считается его оценка по параметрам, характеризующим профессиональную успешность работников.

Работа любой организации базируется на грамотно составленных должностных инструкциях (регламентах). Они должны быть составлены непосредственно для каждого сотрудника, т.е. иметь персональный характер. К сожалению, большинство руководителей используют типовые должностные инструкции, которые не прописывают четких должностных обязанностей и функций работника, и на практике выходит, что в должностной инструкции написано одно, а работник выполняет совершенно другие функции и другие обязанности.

В администрации муниципального образования Тихорецкий район стремятся к персонификации должностных инструкций, но еще не все они приведены к должному виду. Проанализировав должностной регламент управления жилищно-коммунального хозяйства и должностную инструкцию ведущего специалиста этого управления, а так же проведя наблюдения за работой этого специалиста, был выявлен ряд несоответствий.

В течение недели было проведено наблюдение за работой ведущего специалиста управления жилищно-коммунального хозяйства, и получены сведения о том, какие функции он выполняет. Для наглядности представим соотношение, исполняемых функций служащего и прописанных в должностной инструкции, в таблице 1.

Таблица 1

**Сравнение функций, исполняемых служащим и прописанных в должностной инструкции [1, с. 4–5]**

Обязанности, прописанные в должностной инструкции	Обязанности, исполняемые ведущим специалистом
осуществлять экологический контроль на территории МО Тихорецкий район	контроль наличия негативного воздействия предприятий на окружающую среду
осуществлять мониторинг поступления платежей за негативное воздействие на окружающую среду и проводить мероприятия по укреплению платежной дисциплины пользователей	осуществляет мониторинг поступления платежей за негативное воздействие на окружающую среду и проводит мероприятия по укреплению платежной дисциплины
осуществлять расчет платы за негативное воздействие на окружающую среду для природопользователей	расчет платы за негативное воздействие на окружающую среду
участвовать в совещаниях по вопросам утилизации и переработки отходов	участие в совещаниях
подготовка материалов для участия в конкурсах	подготовка материалов для участия в конкурсах
организовывать проведение месячников и двухмесячников по благоустройству и наведению санитарного порядка на территории МО Тихорецкий район	организация месячников, двухмесячников, субботников по благоустройству и наведению санитарного порядка на территории муниципального образования Тихорецкий район
оказывать методическую и консультационную помощь специалистам сельских поселений Тихорецкого района по вопросам организации сбора и вывоз отходов	оказывает методическую и консультационную помощь специалистам сельских поселений Тихорецкого района
вести делопроизводство управления, формировать дела, обеспечивать их сохранность и своевременную сдачу в архив	ведение делопроизводства
предоставлять месячные, квартальные и годовые отчеты в соответствующие органы	предоставление отчетов в соответствующие органы
осуществлять мониторинг ликвидации стихийных и несанкционированных свалок	мониторинг несанкционированных свалок
по решению начальника управления осуществлять взаимодействие с органами государственной власти, органами местного самоуправления, гражданами и организациями и рассмотрение поступивших в управление обращений, документов, материалов	прием обращений граждан, подготовка ответов на обращения граждан
вносить в установленном порядке на рассмотрение начальника управления проекты приказов	выполняется главным специалистом
проводить мониторинг муниципальных и краевых целевых программ	выполняется главным специалистом
принимать участие в разработке муниципальных целевых программ и других нормативных документов МО Тихорецкий район в сфере жилищно-коммунального хозяйства	выполняется главным специалистом
прописано в должностной инструкции главного специалиста	контроль за содержанием межпоселенческих мест захоронения и организация ритуальных услуг

Таким образом, в работе ведущего специалиста и его обязанностями, прописанными в должностной инструкции, есть несоответствия. Муниципальный служащий не вносит в установленном порядке на рассмотрение начальника управления проекты приказов, не проводит мониторинг муниципальных и краевых целевых программ и не принимает участие в их разработке, но производит контроль за содержанием межпоселенческих мест захоронения и организацией ритуальных услуг.

Значит, должностная инструкция муниципального служащего нуждается в доработке, нужно передать обязанности, касающиеся целевых программ, главному специалисту управления жилищно-коммунального хозяйства, так как фактически именно он выполняет эти обязанности. Добавить ведущему специалисту в должностную инструкцию обязанности по содержанию мест захоронения МО Тихорецкий район. Тогда документ будет соответствовать реально выполняющимся функциям муниципального служащего и будет персонифицирован.

Для дальнейшего недопущения подобных проблем рекомендуется использовать анализ эффективности результативности деятельности муниципальных служащих, который будет показывать, как работают специалисты, насколько продуктивно они справляются со своими обязанностями. Вовремя выявить проблемы, связанные с обязанностями и исправить их. Так же показатели эффективности результативности можно использовать для распределения премиального фонда или оптимизации количества сотрудников [3, с. 105–116].

Таким образом, мы сможем оптимизировать работу служащих, сократить затраты рабочего времени, увеличить эффективность работы не только отдельных работников, но и управления в целом.

#### **Литература**

1. Должностная инструкция ведущего специалиста управления жилищно-коммунального хозяйства администрации муниципального образования Тихорецкий район. – С. 4–5.
2. Управление персоналом: Энциклопедический словарь / под ред. А.Я. Кибанова. – М.: ИНФРА-М, 2014. – С. 153.
3. Гросс В.А., Жданова Ю.С., Горлов Д.М. Повышение эффективности кадровой политики на основе оптимизации количественного состава муниципальных служащих и снижения издержек на содержание аппарата управления // Экономика и управление: актуальные вопросы теории и практики: Материалы IV международной научно-практической конференции. 2016. – С. 105–116.

**УДК 338.436**

***В.Г. Марунич, И.М. Нарыков, студенты***

*Научный руководитель: В.А. Мирончук, ст. преподаватель  
г. Краснодар, Кубанский государственный аграрный университет им. И.Т. Трубилина*

## **ИННОВАЦИОННАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ В АПК. СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

Агропромышленный комплекс, как известно, представляет собой достаточно сложную систему, состоящую из различных организационных и функциональных подсистем, а сам процесс производства в нем состоит из определенных этапов, что и предопределяет большое многообразие факторов научно-технического прогресса в данной отрасли.

Применительно к агропромышленному производству, инновационную деятельность следует понимать как совокупность последовательно осуществляемых действий по созданию новой или улучшенной сельскохозяйственной продукции, новой или улучшенной продукции ее переработки, или усовершенствованной технологии и организации их производства на основе использования результатов научных исследований и разработок или передового производственного опыта [3, с. 28].

Инновационная политика в АПК – часть аграрной политики государства, направленная на развитие инновационной деятельности в агропромышленном производстве, которая формируется и реализуется в отрасли в целях обеспечения его инновационного развития.

Высокий уровень сложности агропромышленного производства как системы и указанные особенности инновационного процесса в нем предопределяют своеобразие подходов и методов его реализации.

Инновационный потенциал АПК – совокупность различных видов ресурсов, включающих материальные, финансовые, интеллектуальные, научно-технические или другие ресурсы, необходимые для осуществления инновационной деятельности в агропромышленном производстве [3, с. 56].

Приоритеты реализации инновационной политики в АПК, прежде всего, связаны с деятельностью науки и созданием инноваций, а также с их освоением в производстве, с организацией и совершенствованием инновационной деятельности на различных уровнях управления и формированием организационно-экономического механизма инновационных процессов [1, с. 119].

Освоение инноваций товаропроизводителями АПК постепенно создает условия для ускорения научно-технического прогресса в отрасли. При этом в производстве создается определенный эффект от освоения инноваций, выражающийся в дополнительном выходе продукции с единицы площади, сокращении затрат на единицу продукции и получении дополнительного дохода. В идеале данный совокупный дополнительный доход должен превышать затраты на создание и освоение инноваций. При этом необходимо учитывать, что совокупного дополнительного эффекта, получаемого непосредственно в производстве от научно-технического прогресса, недостаточно для финансирования научно-технической сферы отрасли. Поэтому во всех странах научно-техническая сфера финансируется преимущественно из государственного бюджета. И чем больше выделяется средств для развития науки, тем выше темпы развития научно-технического прогресса. Такая закономерность на протяжении последнего века устойчиво просматривается, особенно в государствах с достаточно высоким уровнем развития научно-технического потенциала [3, с. 93].

Таким образом, совершенствование системы организации инновационной деятельности в АПК должно носить комплексный характер, охватывать весь спектр сторон этой деятельности в отраслях агропродовольственной сферы – от проведения научных исследований и разработок, экспериментальной проверки научных результатов до внедрения в производство и оценки эффективности. Повышению обоснованности и эффективности принятия мер государственного воздействия в сфере организации инновационной деятельности в АПК могло бы способствовать выделение данной проблемы в одну из приоритетных областей научных исследований по аграрным проблемам.

В нормальных экономических условиях инновационная активность в АПК должна развиваться как сверху вниз, так и снизу вверх по иерархическому принципу. Тем не менее, инициатива в российских условиях должна принадлежать как федеральному уровню, так и региональным органам АПК. В верхнем эшелоне инновационного потока (федеральный и региональный уровень) должны быть хорошо известны запросы производства, что постоянно лежит в основе планирования их деятельности. На это должны быть направлены совершенствование управления производством на всех уровнях и разработка стимулов повышения инновационной активности [4, с. 8].

Обследование сельскохозяйственных предприятий, входящих в число наиболее передовых предприятий России, показывает, что традиционно на первом месте в числе инноваций находятся новые или усовершенствованные технологии производства сельскохозяйственной продукции. На втором и третьих местах – новые сорта и гибриды сельскохозяйственных культур, а также новые кроссы птицы, линий и пород животных. Далее – глубокая переработка продукции и внедрение новой техники, механизмов и оборудования.

В России в последние годы достаточно устойчиво растет производство зерна. После многолетнего спада наметились тенденции стабилизации в производстве молока и мяса. Все это обусловлено в основном развитием аграрного производства в благоприятных агроклиматических условиях на инновационной основе [2, с. 65].

Большинство предприятий, внедряющих в производство научные достижения, добиваются существенного улучшения производственных и экономических показателей. Прежде всего, это наглядно просматривается на примере роста урожайности сельскохозяйственных культур и продуктивности в животноводстве. Передовые агропредприятия различных регионов добиваются двух-, трех-, четырехкратного роста урожайности. Но производственные показатели в целом по всем остальным предприятиям имеют тенденцию снижения.

Анализ современного состояния инновационной деятельности в АПК России показал, что за переходный к рыночной экономике период в 55 региональных органах управления АПК были упразднены службы, обеспечивающие развитие научно-технического прогресса, инновационной и информационной деятельности, пропаганду достижений науки и передового опыта. Вследствие этого управление научно-технической политикой в указанных регионах стало носить бессистемный характер [1, с. 87].

Инновационное развитие обеспечивается, как правило, комплексным применением зарубежной техники и технологий. В последнее время принимаются важные меры по коренному улучшению инновационной деятельности. Необходимые шаги следует осуществить и в сфере сельского хозяйства, что возможно при принятии стратегии инновационной деятельности в АПК.

По данным Всемирной сельскохозяйственной и продовольственной организации ООН (ФАО), продовольственное обеспечение населения мира в XXI веке осуществляется на базе инновационных ресурсов и агротехнологий преимущественно в пяти приоритетных направлениях:

- существенное повышение инвестиций в сельскохозяйственную науку и инновационное развитие сельского хозяйства;
- повышение эффективности использования земельных, энергетических, водных и других ресурсов;
- улучшение использования орошаемых земель;
- дальнейшее расширение селекции и семеноводства, племенного дела;
- применение интегрированной системы защиты растений и животных.

В последние годы по ряду причин произошел определенный спад в инновационной активности аграрной науки. Даже имеющийся инновационный потенциал АПК используется в пределах 4–5%. Для сравнения этот показатель в США превышает 50%. Многие научно-технические разработки не становятся инновационным продуктом и ежегодно остаются невостребованными сельскохозяйственным производством.

Создавшееся положение является следствием значительного ухудшения финансового состояния организаций АПК. Последние годы ознаменовались резким сокращением выделения средств на научные прикладные исследования. В расчете на 1 га сельскохозяйственных угодий они сократились более чем в 2 раза по сравнению с 2000 годом. В то же время в 18 развитых странах мира за последние три десятилетия они увеличились от 0,96 до 2,2% ВВП, приходящегося на сельское хозяйство, в том числе в США от 1,32 до 2,2% [5, с. 49].

Основой агропромышленного комплекса страны является сельское хозяйство. В последние пятнадцать лет в аграрной сфере удалось переломить ситуацию к лучшему и обеспечить заметный рост производства продукции. Так, производство зерна увеличилось в 2015 г. по сравнению с 2010 г. на 24,9%, сахарной свеклы – в 2 раза, овощей – на 24%. Производство основных видов продукции сельского хозяйства во всех категориях хозяйств представлено в таблице 1.

Таблица 1

**Производство основных видов сельскохозяйственной продукции**

Вид продукции	2000 г.	2005 г.	2010 г.	2015 г.	2015 г., % к	
					2000 г.	2010 г.
Зерно (в весе после обработки)	116,7	63,4	65,5	81,8	70,1	124,9
Сахарная свекла (фабричная)	32,3	19,1	14,1	29,0	89,8	205,7
Семена масличных культур, тыс. т: подсолнечника	3,4	4,2	3,9	5,7	167,6	146,7
сои	282	290	342	652	231,2	190,6
Картофель	30,8	39,9	34,0	36,8	119,5	108,2
Овощи	10,3	11,3	12,5	15,5	150,5	124,0
Скот и птица (в убойном весе)	10,1	5,8	4,4	5,6	55,4	127,3
Молоко	55,7	39,2	32,3	32,2	57,8	99,7

Заметно активизировался инвестиционный процесс. Например, если в 2005 г. общий объем привлеченных кредитов в сельское хозяйство достиг 192 млрд. руб., то в 2010 г. он составил 615 млрд. руб., т.е. увеличился в 3,2 раза. Набирает темпы техническое перевооружение сельского хозяйства. Так, в 2015 г. сельскохозяйственные организации приобрели тракторов в 1,7 раза больше по сравнению с 2010 г., зерно- и кормоуборочных комбайнов – в 1,4 раза. Активнее используются ресурсосберегающие технологии, которые применяются на 29% посевной площади [2, с. 3].

По сравнению с 2000 г. общее число инновационно-активных организаций в АПК сократилось на 10%, в том числе по разработке новых продуктов и услуг на 35,4%, освоению машин и оборудования на 12,3% и освоению новых технологий на 19%. Инновационная активность организаций представлена в таблице 2.

Таблица 2

**Инновационная активность организаций в РФ**

Год	Число организаций, осуществляющих технологические инновации	Удельный вес организаций, осуществляющих технологические инновации (в общем числе обследованных организаций), %
2000	400	7,9
2005	364	7,7
2010	387	8,0
2015	407	8,8

Слабым звеном в формировании эффективного инновационного развития АПК является изучение спроса на инновации. Маркетинг не стал еще неотъемлемым элементом формирования заказов на научные исследования и разработки.

Исследователи отмечают, что в современных условиях инновационного развития АПК существенно возрастает роль информационно-консультативной службы, деятельность которой требует совершенствования. Это тем более важно, что в настоящее время весьма низка восприимчивость сельхозпроизводителей к научным достижениям, что связано, прежде всего, с низкими экономическими возможностями предприятий [5, с. 76].

В ускорении и повышении эффективности научно-технических разработок важнейшую роль играет правильный выбор целей и задач системы планирования и методов решения сложных вопросов развития агропромышленного производства. Научное обеспечение АПК, включая вопросы планирования и координации научных исследований, осуществляет Российская академия сельскохозяйственных наук совместно с Министерством сельского хозяйства РФ.

В целях активизации инновационного процесса в аграрном секторе экономики участие государства предусматривается в направлениях:

- нормативного финансирования аграрной науки и малого научно-технического предпринимательства;
- страхования частных инвесторов, вкладывающих средства в малые наукоемкие фирмы, функционирующие в аграрной научно-технической сфере;
- налоговых льгот, включая налоговые скидки (6–10%) с общей суммы инвестиций в активную часть основного капитала, сокращение (на 25%) налогооблагаемого дохода корпораций от ассигнований на исследования и разработки, а также налоговое стимулирование компаний, предоставляющих оборудование и финансовые средства системе высшего образования;
- поддержки совместных исследовательских центров, создаваемых частными фирмами и университетами;
- реализации мероприятий по повышению эффективности использования материально-технической базы аграрной науки, по совершенствованию служб научно-технической информации, международного научно-технического сотрудничества [4, с. 87].

Сложившиеся темпы инновационного развития в отечественном агропромышленном комплексе, несмотря на некоторое оживление этой деятельности, нельзя считать удовлетворительными. Значительное отставание России от развитых стран мира по технологическому уровню агропромышленного производства настолько велико, что без принятия крупномасштабных мер государственного значения его преодоление будет невозможно. В настоящее время необходимо разработать государственную инновационную политику в АПК, придать ей законодательный характер и создать все условия для ее планомерной реализации. Это даст определенный импульс для активизации инновационной деятельности в отрасли, что будет способствовать ускорению научно-технического прогресса и повышению эффективности агропромышленного производства.

Перспективами развития инновационных процессов в сфере экономики и земельных отношений:

- обеспечение разработки и реализации аграрной политики Российской Федерации на долгосрочный период, адекватной процессу глобализации;
- совершенствование организационно-экономического механизма функционирования АПК с целью создания высокоразвитого, рентабельного и устойчивого сельскохозяйственного производства;
- разработка прогноза развития АПК на долгосрочную перспективу (до 2025 года);
- формирование перспективных моделей рынков сырья, продовольствия и материально-технических ресурсов;
- развитие информатизации и компьютеризации производства и внедрения инновационных методов управления;
- разработка и реализация инвестиционно-инновационной политики, обеспечивающей расширенное воспроизводство в отрасли;
- осуществление реализации научно обоснованной программы развития сельских территорий с решением всего комплекса вопросов социального обустройства села;
- реализация на практике четкого организационно-экономического механизма развития и регулирования земельных отношений в сельском хозяйстве [1, с. 10].

Таким образом, сельское хозяйство и производство пищевых продуктов является мощным стимулом для развития многих сфер науки и в целом инновационного процесса, поскольку они полностью охватывают взаимосвязанную систему жизнедеятельности – «природа – человек – экономика». Эта система, располагая своим научным потенциалом, использует инновационные достижения всех других отраслей науки и в то же время поставляет ресурсы для их функционирования и развития.

#### Литература

1. Бритикова Е.А. Тенденции развития и поддержки малого бизнеса в условиях кризиса // Современные тенденции развития экономики и управления: проблемы и решения: Материалы международной научно-практической конференции. 2016. С. 21–25.
2. Бритикова Е.А., Куршубадзе Р.З. Использование маркетинга территорий для повышения конкурентоспособности экономики муниципального образования // Сборник статей третьей международной школы молодых ученых в области экономики и права на юге России. 2016. С. 21–23.
3. Инновационная деятельность в аграрном секторе экономики России / под ред. И.Г. Ушачева, И.Т. Трубилина, Е.С. Оглоблина, И.С. Санду. – М.: КолосС, 2013. – 636 с.
4. Родионова И.А. Инновационный путь развития аграрной экономики // Инновации. 2012.
5. Ушачев И. Экономический рост и конкурентоспособность сельского хозяйства Российской Федерации // АПК: экономика, управление. 2013.

УДК 658.5

**К.П. Марченко, магистрант**

*Научный руководитель: С.В. Динякова, канд. экон. наук, доцент  
г. Ставрополь, Ставропольский государственный аграрный университет*

## ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ УПРАВЛЕНИЯ

Управление и экономика неразрывны, так как трудовая деятельность человека происходит в коллективе, а любой совместный труд не может обойтись без управления, которое требуется для установления целенаправленных согласованных действий участников трудового процесса. Управление как наука возникло позже, чем экономика, поэтому экономическая наука правомерно считается основой управленческих научных дисциплин.

В современных условиях термин «экономика» можно интерпретировать как исторически определенную совокупность экономических (производственных) отношений между людьми, складывающихся в процессе производства, распределения, обмена, потребления и образующих определенную экономическую систему. Таким образом, из приведенного значения понятия «экономика» следует, что в нее входят вопросы управления.

Управленческие отношения, возникающие при целенаправленном воздействии субъекта на объект управления и имеющие самое непосредственное отношение к любой экономической системе, восходят к главной экономической проблеме, отраженной в фундаментальных вопросах экономики: «Что следует производить и в каком количестве?», «Как и каким образом производить?», «Для кого должны быть предназначены результаты производства, то есть кто будет потребителем товара и услуги?». При этом решая данные вопросы необходимо определить кто и какую работу должен при этом выполнять. Таким образом, любой из этих вопросов можно отнести к сфере управленческой деятельности. Эти вопросы считаются фундаментальными для экономики, потому что экономика как наука возникла значительно раньше, чем управление, и для изначальной экономики как вопросы, так и ответы на них достаточно тривиальны. В рыночной экономике ответы на эти вопросы даются прежде всего объективными законами развития, выражающимися действием рыночных механизмов спроса, предложения и ценообразования, движением и тенденциями развития экономических процессов. Предмет экономической теории составляет изучение закономерностей поведения людей и их отношений в производстве, обмене, распределении и потреблении материальных благ в целях удовлетворения потребностей при ограниченных ресурсах. Однако, организационно-экономические отношения не могут быть реализованы без управленческой деятельности людей. И даже при самом совершенном действии рыночных механизмов, как бы автоматически отвечающих на все указанные выше фундаментальные вопросы экономики, ответы являются результатом не только исследования закономерностей развития экономики, но и конкретного сознательного принятия решений, то есть результатом управления.

Экономические основы управления, таким образом, заключаются в использовании познанных объективно законов экономики, проявляющихся в практической деятельности, а смена управленческих подходов и теоретических моделей организации и управления отражает закрепление новых, более совершенных производственных отношений, соответствующих требованиям эффективного развития производственных сил. Производство материальных благ, их распределение и потребление осуществляется под влиянием как объективных законов, не зависящих от людей, так и субъективных, то есть установленных или написанных людьми.

Организации в различных формах своего функционирования (как производственные предприятия, так и, например, консалтинговые фирмы) являются сложной системой, требующей грамотного управления. А, как следует из вышеизложенного, управление в первую очередь строится на экономических основах [1, с. 90].

Так что же входит в основные экономические направления менеджмента организациями? Если это производственное предприятие, то в первую очередь это сфера производства, включающая в себя множество этапов и элементов. Начиная с этапа планирования и прогнозирования, важно правильно оценить рыночную среду и дефицит рынка с целью определения свободной рыночной доли, то есть провести маркетинговое исследование. Это необходимо для корректного планирования и экономического расчета объемов производства, так как на данном управленческом этапе закладывается «фундамент» деятельности предприятия, влияющий на окупаемость продукта и нормальное, бесперебойное функционирование предприятия в целом. Поэтому на этой ступени очень важен грамотный экономический расчет – эмпирический подход здесь недопустим, как, в принципе, и на следующих этапах.

При запуске производства также важное значение имеет управление закупочной деятельностью. При закупках сырья и комплектующих важна как цена, так и их качество. Поэтому при выборе поставщика необходима экономическая оценка альтернативных предложений с целью выбора наиболее оптимального варианта. Помимо этого органы организаций, отвечающие за экономическую безопасность, оценивают благонадежность контрагентов путем оценки их финансовой устойчивости и диагностирования состояния банкротства, так как в последнем случае контрагенты не смогут своевременно исполнять свои обязательства, что повлечет за собой сбой в работе организации, а, как следствие, нанесет ущерб.

В управлении производственным процессом помимо технологической и инженерной составляющей также присутствует экономический элемент: специалисты экономических служб рассчитывают показатели, характеризующие состояние основных фондов, оборотных активов, рабочей силы с целью оценки эффективности производства и его оптимизации, снижения издержек.

Очень важный этап – реализация продукции, причем не важно, что именно предлагает фирма: предметы быта или услуги в сфере информационных технологий, – на данном этапе максимально задействованы различные подсистемы управления: маркетинговая, экономическая, логистическая. Также в управлении продажами очень важны человеческие ресурсы: необходима компетентность продавца в свойствах продукта, который он предлагает, коммуникабельность, так как зачастую используются прямые продажи и важно установить контакт с покупателем и убедительно донести ему всю необходимую информацию. И, конечно же, в управлении человеческим капиталом немаловажную роль составляет материальное стимулирование: как правило, специалисты в области продаж не живут на «твердую» заработную плату, их доход напрямую зависит от объема продаж, то есть от результативности их деятельности. Это является экономическим мотиватором для повышения эффективности работы персонала [2].

Помимо экономической составляющей в управлении человеческими ресурсами на этапе продаж, важным фактором является маркетинг. От грамотно построенной маркетинговой стратегии зависит уровень охвата рынка, количество установленных связей, а, следовательно, объемы продаж и выручка. Маркетологи также пользуются экономическими методами: рассчитывают долю рынка, охватываемую организацией, изучают динамику изменения долей рынка и факторы на это влияющие. Также определяются этап жизненного цикла представляемого продукта, от которого зависят методы продвижения товара на рынок, количество денежных средств, затраченных на такое продвижение. В совокупности все это составляет управленческие решения, имеющие под собой экономическую основу.

И, конечно же, продажи должны быть экономически целесообразными и не просто покрывать издержки, а приносить определенную, запланированную норму прибыли, которая будет составлять основу финансовой устойчивости организации и способствовать дальнейшему расширению бизнеса. В этой связи необходимо рассчитать оптимальную цену реализации, покрывающую издержки и включающую в себя запланированный процент прибыли, а также при помощи точки безубыточности определить минимальные объемы производства, при которых доход от продаж оправдывает затраты.



Таким образом, ценообразование на продукты фирмы также можно отнести к элементам экономического управления организацией [3].

Подводя итог сказанному, можно сказать, что родоначальницей управленческих дисциплин можно смело назвать экономику, так как менеджмент в организациях строится по большей части с ориентацией на достижение уровня определенных экономических показателей (зависящих от сферы функционирования организации). Экономические основы управления строятся на объективных закономерностях экономической науки, но при этом эффективность практического применения этих законов в рамках конкретной фирмы зависит от субъектов управления – лиц, принимающих решения. Экономическое управление предприятием включается в себя множество взаимосвязанных элементов и подсистем (управление маркетингом, управление закупочной деятельностью, управление издержками, управление производственными процессами, управление продажами и т. д.), в совокупности составляющих целостную систему, требующую грамотного менеджмента, обеспечивающего устойчивость и дальнейшее развитие организации.

#### Литература

1. Динякова С.В. Государственная кадровая политика: сущность и актуальные проблемы / С.В. Динякова // Актуальные проблемы социально-экономического развития региона: сборник научных трудов по материалам Всероссийской научно-практической конференции (г. Ставрополь, 20 декабря 2016г.). – Ставрополь: АГРУС Ставропольского гос. аграрного ун-та, 2016. – С. 87–91.
2. Мухин В.И. Основы теории управления: учеб. пособие. – М.: Экзамен, 2012. – 256 с.
3. Ребрин И.Ю. Основы экономики и управления производством: конспект лекций. – Таганрог: Изд-во ТРТУ, 2014. – 145 с.

УДК 336

**М.С. Мастепанова, студент**

*Научный руководитель: И.И. Глотова, канд. экон. наук, доцент  
г. Ставрополь, Ставропольский государственный аграрный университет*

## СОВРЕМЕННАЯ ФИНАНСОВО-ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ОСНОВА МЕСТНОГО САМОУПРАВЛЕНИЯ

На сегодняшний день проблема формирования местных бюджетов является весьма актуальной. Ведь от того, как органы МСУ организуют формирование и исполнение бюджета, зависит уровень жизнедеятельности граждан, проживающих в данном муниципальном образовании. А обеспечение достойного уровня жизни – основная цель деятельности органов МСУ. Необходимо обратить внимание на то, что в данной статье рассмотрены не все возможные, а лишь основные, на взгляд автора, источники формирования местного бюджета. Большинство принципов организации деятельности органов МСУ закреплены в основном законе нашей страны-Конституции РФ. Интересующие нас вопросы закреплены законодательно в статьях 130, 12, 15 п. 2, 133 Конституции РФ [1, с. 48]. Следует рассмотреть их более подробно. Органы МСУ вправе самостоятельно решать вопросы местного значения; органы МСУ не входят в систему органов государственной власти РФ; материально-финансовые ресурсы органов МСУ должны соответствовать выполняемым полномочиям органов местного самоуправления; законность осуществления деятельности органов МСУ; гласность (деятельность органов местного самоуправления должна быть открытой для граждан, независимо от состояния дел); местное самоуправление имеет право на судебную защиту.

Каждое муниципальное образование имеет собственный бюджет, составляющий экономическую основу организации местного самоуправления. Органы МСУ обязаны обеспечивать формирование, утверждение, исполнение местного бюджета. Для решения вопросов местного значения, органами МСУ используются финансовые ресурсы, составляющие собственные доходы местного бюджета. Наличие устойчивого бюджета является залогом социальной и экономической стабильности муниципального образования. Органы местного самоуправления в первую очередь должны решать проблемы создания достойных условий для нормальной жизнедеятельности человека. Для качественной организации и разработки данных условий жизни человека, органы МСУ должны обладать определенными источниками финансовых средств. Экономическую основу местного самоуправления составляют муниципальная собственность, местные финансы, имущество, находящееся в государственной собственности и переданное в управление органам местного самоуправления, а также в соответ-

ствии с законом иная собственность, служащая удовлетворению потребностей населения муниципального образования. Конституционное определение государственных уровней власти и управления в РФ предполагает отдельное существование муниципальных финансов как финансовой основы местного самоуправления, обязанной обеспечить самостоятельное и под свою ответственность решение населением муниципального образования вопросов местного значения. Основными источниками формирования муниципальных финансов являются государственные средства, передаваемые органам местного самоуправления органами государственной власти в виде доходных источников и прав, предусмотренных законодательством; во-вторых, собственные средства муниципалитетов, создаваемые за счет деятельности органов местного самоуправления и, в-третьих, заемные средства или муниципальный кредит. Ключевым финансовым составляющим муниципального образования является местный бюджет и совокупность всех экономических отношений связанных с его формированием и использованием. Таким образом, местный бюджет – это форма образования и расходования финансовых средств на определенный период времени, представленный в форме описи доходов и расходов.

Согласно ст. 47 БК РФ собственные доходы бюджета состоят из налоговых, неналоговых доходов и доходов, полученных бюджетами в виде безвозмездных и безвозвратных перечислений. Следует отметить, что к собственным доходам бюджета не относятся поступающие в местный бюджет денежные средства, являющиеся источниками финансирования дефицита бюджета. Налоговые доходы. Согласно статье 61 БК, к налоговым доходам относятся местные налоги и сборы, отчисления от федеральных и региональных налогов и сборов, а также государственная пошлина [2, с. 15]. Согласно статистике наибольший удельный вес поступлений в бюджет занимают отчисления от федеральных и региональных налогов и сборов, затем местные налоги и сборы и государственная пошлина. Местные налоги это доходы, поступающие в бюджеты муниципальных образований от физических и юридических лиц. Местные налоги являются обязательными к уплате. Существует несколько разновидностей местных налогов и сборов (ст. 15 НК РФ), но наиболее значимыми для формирования местного бюджета являются земельный налог и налог на имущество физических лиц. В соответствии со ст. 61 БК РФ в бюджеты муниципальных образований зачисляется 100% от земельного налога и 100% от налога на имущество физических лиц. Земельный налог. Представительные органы муниципальных образований устанавливают налог, определяют налоговые ставки, порядок и сроки уплаты налога, разрабатывают и устанавливают налоговые льготы. Налогоплательщиками данного вида налога являются физические лица, организации, обладающие на праве собственности, праве бессрочного пользования земельным участком. В случае если земельный участок находится на праве срочного пользования или данный участок был передан по договору аренды, физ. лица и организации налогоплательщиками не являются. Налог на имущество физических лиц. Данный вид налога уплачивается ежегодно и устанавливается представительными органами муниципального образования в определенных пределах, с учетом всех особенностей строения. Также представительные органы вправе устанавливать определенные льготы для определенных категорий налогоплательщиков. Несмотря на то, что данные виды налогов зачисляются исключительно в бюджеты муниципальных образований, этого явно недостаточно, чтобы сформировать устойчивый бюджет. Эти поступления не могут в полной мере обеспечить финансовую самостоятельность муниципальных образований. Наиболее значимыми для создания бюджета являются доходы от федеральных и региональных налогов и сборов. Неналоговые доходы занимают значимое место в формировании бюджета муниципального образования. Эффективное использование муниципальной собственности поможет открыть новый резерв пополнения бюджета не только за счет налогов и сборов, но и за счет использования собственных сил муниципального образования. Доходы, связанные с использованием имущества занимают лидирующую позицию по отпращиванию средств в местный бюджет. Тем не менее, многое зависит от местной администрации и ее возможности ведения дел. Большинство управленцев не в состоянии объективно оценить объемы дохода, который мог бы быть получен при привлечении всех бездействующих объектов в хозяйственную деятельность муниципального образования. Для устранения данного недостатка необходимо в первую очередь повысить уровень классификации кадров, а затем провести систематизацию сведений о наличии и использовании муниципального имущества.

Также имеет смысл раскрыть понятие муниципальная собственность, ведь грамотное использование данного внутреннего резерва может положительно сказаться на формировании финансово-экономической основы местного самоуправления. Муниципальная собственность – это разновидность публичной собственности, субъектами которой (собственниками) являются муниципальные образования (п. 1 ст. 215 ГК РФ). Но в большинстве случаев органы МСУ не рассматривают муниципальную собственность как источник поступлений дохода в бюджет. На сегодняшний день существу-

ет больше количество муниципального имущества, которое по причине того, что в свое время местные власти не следили за его сохранностью, пришло в негодность. Также необходимо обратить внимание на такой вид неналогового дохода, как предоставление платных услуг казенными учреждениями. Оказание данных услуг возможно при условии, что виды деятельности данного учреждения закреплены в уставе и соответствуют целям организации. На сегодняшний день такой вид дохода бюджета, как предоставление платных услуг, является неразвитой отраслью, хотя государство предоставляет возможность для реализации потенциала организации. Так согласно п. 2 письма Минфина России от 02.08.2012 № 02-03-09/3040 говорится, что доходы казенных учреждений, получаемые ими при осуществлении деятельности, определенной уставом учреждения, не подлежат налогообложению налогом на прибыль организаций. Помимо налоговых и неналоговых необходимо учитывать и безвозмездные поступления в бюджет. К ним относятся: дотации, субсидии, субвенции и иные безвозмездные поступления от физических и юридических лиц, международных организаций и правительств иностранных государств [3, с. 19].

Таким образом, следует сделать вывод, что формирование финансово-экономической основы местного самоуправления зависит от того, как местная администрация построит систему формирования экономической основы деятельности поселения. Нецелевое использование средств бюджетов негативно сказывается на экономическом состоянии муниципального образования. Следует увеличивать количество источников становления финансово-экономической основы не только за счет объема собираемости налоговых платежей, но и за счет неналоговых доходов, что позволит в полной мере развивать потенциал муниципального образования в финансовой сфере. Для создания большего удельного веса неналоговых поступлений в структуре муниципального образования, органам МСУ следует более часто и тщательно проводить проверки, связанные с законным использованием земельных участков и муниципального имущества; следить за своевременной уплатой арендных взносов и т.д. также необходимо минимизировать финансовую зависимость от органов государственной власти. Органам местного самоуправления необходимо заранее прогнозировать возможный убыток от муниципального предприятия, если оно не в состоянии поддерживать себя в условиях нарастающей конкуренции. Возможна передача данных компаний в аренду группе активных предпринимателей. Это послужит получением налоговых поступлений в бюджет муниципального образования.

#### Литература

1. Конституция Российской Федерации (принята всенародным голосованием 12.12.1993) (с учетом поправок, внесенных Законами РФ о поправках к Конституции РФ от 30.12.2008 № 6-ФКЗ, от 30.12.2008 № 7-ФКЗ, от 05.02.2014 № 2-ФКЗ, от 21.07.2014 № 11-ФКЗ). С. 48–49.
2. Бюджетный кодекс Российской Федерации от 31.07.1998 N 145-ФЗ (ред. от 29.12.2015) (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.01.2016). С. 15–16.
3. Чинаев, Т.В. Формирование финансово-экономической основы местного самоуправления в современной России / Т.В. Чинаев // Вестник Университета (Государственный университет управления). 2012. С. 19.

УДК 330

*А.К. Матвеева, студент*

*Научный руководитель: О.И. Ковтун, канд. ист. наук, доцент  
г. Новосибирск, Новосибирский государственный университет экономики и управления*

### **ТЕНЕВОЙ СЕКТОР ЭКОНОМИКИ И МЕРЫ БОРЬБЫ С НИМ, ПРИМЕНЯЕМЫЕ В РОССИЙСКОЙ И МИРОВОЙ ПРАКТИКЕ**

Теневая экономика – это вся деятельность субъектов хозяйствования, которая официально не зарегистрирована в соответствующих государственных органах. Она является частью общества и играет большую роль в экономике страны. В последние годы наблюдается институционализация теневой экономики, а это значит, что возможно замещение официальных институтов теневыми. Нелегальное производство товаров и услуг, сокрытие доходов, оборот неучтенной наличности, отмывание денег, коррупция – все это привело к угрожающему перетеканию денег из легального сектора экономики в теневой.

На рисунке 1 изображены виды теневой экономики, а также основные мотиваторы, которые и заставляют прибегнуть к услугам данного сектора.

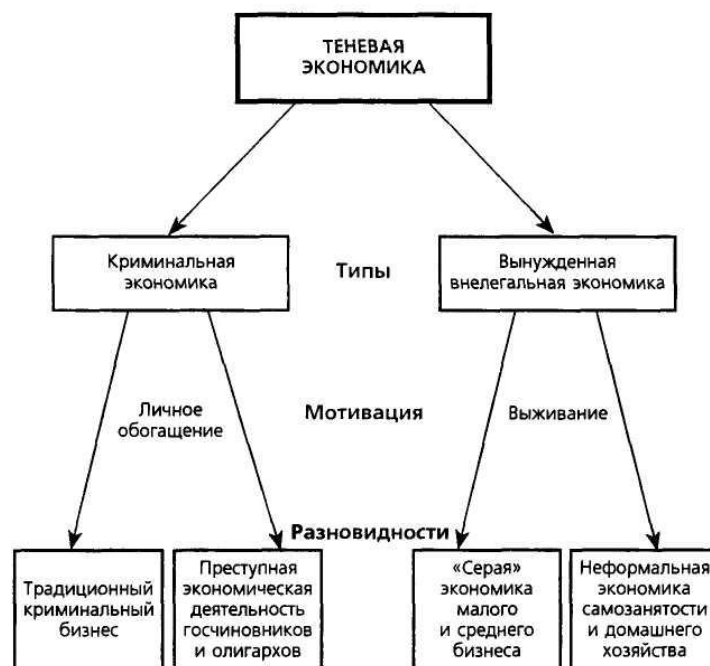


Рис. 1. Виды теневой экономики

Само понятие «теневой экономики» появилось примерно в начале 70-х годов 20 века и предназначалось для того, чтоб обозначить скрытые доходы и способы их сокрытия. Одной из первых серьезных работ в этой области является работа П. Гутманна (США) «Подпольная экономика» (1977 г.), в которой обращалось внимание на недопустимость игнорирования ее масштабов и роли. В 1983 году в г. Белефелде была проведена первая международная конференция по теневой экономике, на которой было представлено около 40 докладов, затрагивавших проблемы теневой экономики в условиях различных хозяйственных систем. В 1991 г. в Женеве прошла конференция европейских статистиков, посвященных скрытой и неформальной экономике. По ее материалам опубликовано специальное руководство по статистике теневой экономики в странах с рыночной системой хозяйствования [2].

По окончании XX века в мире развилась своя статистика теневого сектора в различных группах стран по уровню экономического развития. Так в развитых странах уровень теневого сектора в ВВП составил 12%, в странах с переходной экономикой – 23%, в развивающихся странах – 39% [8, с. 150].

У общества складывается мнение, что теневая экономика приносит только вред обществу и стране в целом, но с каждым днем этот сектор экономики растет и развивается. Так, исследователи из Австрии и Германии под руководством профессора Фридриха Шнайдера проводили серьезные исследования теневой экономики в 1999–2007 гг. и пришли к выводам о том, что масштабы теневой экономики растут во всем мире, в том числе и в благополучных странах Западной Европы [9]. Рассмотрим основные причины возникновения ТЭ:

1. Вмешательство в экономику со стороны государства;

От уровня контролируемости со стороны государства зависит основная доля в структуре теневой экономики, также от проведения налогообложения и массовой коррупции. Предприниматели предпочитают вести скрытую деятельность, чтобы не сталкиваться со сложным механизмом регистрации предприятия, нежеланием уплаты налогов по завышенным тарифам, которые устанавливает государство.

2. Национальная экономика, находящаяся в состоянии кризиса и депрессии;

Когда экономика находится в стадии кризиса, она способствует снижению уровня жизни людей, а также повышению уровня безработицы, и население, пострадавшее в большей степени из-за кризиса было вынуждено профилировать свою деятельность в сферу малого предпринимательства, но в силу серьезного регулирования государства и возрастания барьеров администрирования предприниматели осуществляли свою деятельность нелегально.

3. Кризис в развитии общественных отношений.

Переходный период экономики серьезно повлиял на моральную и социальную сферы жизни населения. Эти изменения привели к развитию ТЭ в криминальной части. Анализируя практику других стран, экономика которых находится в стадии перехода можно сделать вывод, что, преодолевая

экономический кризис и развивая рыночные отношения, теневая экономика начинает ослабевать в криминальном секторе.

В легальной экономике теневая деятельность дезорганизует производственный процесс, ослабляет мотивацию сотрудников, приводит ко множеству вариантов их деквалификации. Но, как ни странно, действительность такова, что положение было бы еще ужаснее, если б теневой экономики не было, так как в период кризиса она своего рода финансовый и общественный амортизатор. Теневая экономика дает возможность работать и делать деньги. Повышая объемы производства услуг и продуктов, они становятся доступными для всех слоев населения [3].

Две главные функции исполняла хозяйственная система теневой экономики: социальную и экономическую. Т.е. благодаря теневой экономики появилась социальная ниша, которая смогла воплотиться только в неофициальной сфере, а также преодолевались возникающие диспропорции в МТС, посредством обменов между предприятиями. Теневая экономика расширяет вероятность добавочных заработков для занимающихся на официально зарегистрированных промышленных предприятиях.

#### *Законодательные методы борьбы с теневой экономикой*

Радикально-либеральный, реализуемый с 1991 года, и имеющий отношение к целевым установкам на сверхвысокие темпы начального скопления денег. В виде необыкновенной реакции на негативы радикально-либерального расклада, появился расклад в основном репрессивный, допускающий: расширение и ужесточение сообразных подразделений МВД ФСБ, Министерство финансов РФ, налоговой полиции; составление системы полного контролирования и доносительства; ужесточение мер наказания.

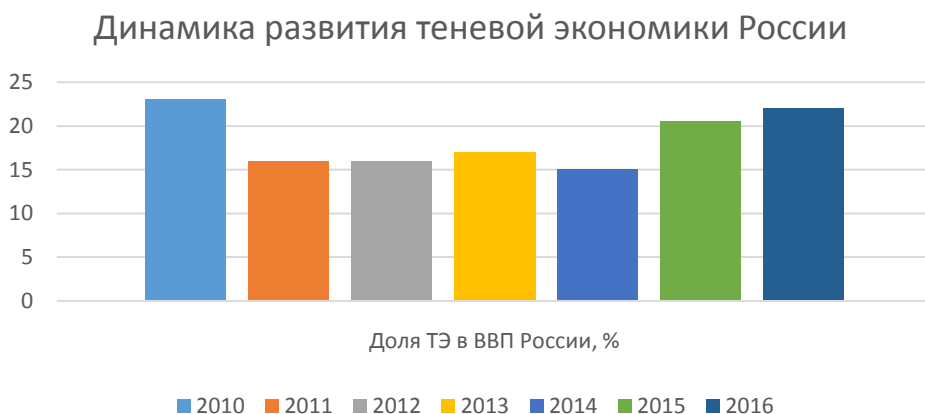
Для большей эффективности борьбы с преступной средой в области экономики необходим порядок в проведении хозяйственных операций, и немалая отдача работы правоохранительных органов. К преимущественным направлениям борьбы с преступной средой в области экономики можно отнести:

- раскрытие и нейтрализация лидеров, исполняющих незаконную деятельность в области экономики;
- привлечение к уголовной ответственности соучастников санкционированных незаконных формирований за «фоновые» правонарушения (ношение оружия, хранение наркотиков).

Для увеличения эффективности работы в структурах правопорядка следовало бы расширить полномочия внедрения поощрительных мер к людям, помогающим структурам правопорядка в борьбе с преступной средой в области экономики.

По данным росстата за период 2010–2016 года можно сделать вывод, что уровень теневого сектора заметно снизился из-за частичного выхода России из кризиса 2008–2010 годов, но вновь вспыхнувший кризис 2015 года породил увеличение доли теневой экономики в ВВП страны.

На рисунке 2 представлена динамика уровня теневой экономики в России по годам [6].



**Рис. 2. Динамика развития ТЭ России**

Возможные подходы к решению задач теневой экономики:

- многократные исправления правовых и хозяйственных условий работы бизнесменов;
- реструктурирование налоговой задолженности;
- освобождение от налоговой доли прибыли, которая бы шла на создание новейших рабочих мест и расширение производства;

– упразднение НДС на импорт новейшего оборудования и технологий, уменьшение общего общественного налога;

– создание в РФ особой инвестиционной зоны с наличием депозитариев, реестров ценных бумаг и дополнительной гарантии сохранности и конфиденциальности операций.

Меры борьбы с теневым сектором экономики, применяемые в российской и в мировой практике.

1. Реформа системы налогообложения. Совершенствование налоговой политики приведет к улучшению ситуации со сбором налогов. Необходимо ослабить налоговое давление на предприятия, чтобы им стало выгоднее работать на государство, а не «против» него.

2. Реформа трудового законодательства. В последнее время среди предпринимателей сформировалась позиция, заключающаяся в том, что именно старое «консервативное» трудовое право тормозит проведение экономических реформ. Несбалансированность интересов работников и работодателей мешает развитию предпринимательской инициативы, вытесняет трудовые отношения из правовой сферы в теневую сферу. Чем сильнее ТК будет пытаться урегулировать отношения между работником и работодателем, тем большее количество человек будет законно работать.

3. Совершенствование порядка лицензирования и сокращение связанных с этих затрат. Многие организации, осуществляют свою деятельность без лицензии только потому, что добиться ее получения бывает практически невозможно. Чем проще будет сам порядок лицензирования, тем охотнее предприниматели будут законно регистрировать свои организации.

4. Совершенствование инфраструктуры в различных отраслях.

Изменение стратегии развития частного сектора. Такие мероприятия, как: анализ политики и разработка рекомендаций, разработка программы политических реформ, публикация Национальной программы развития предпринимательства, участие в поддержке предложений перед правительством, другими органами исполнительной и законодательной власти укрепляют демократию, повышая роль частного сектора в развитии экономических реформ и формировании политики в отношении предпринимательства. В таких странах, как Нигерия, Парагвай, Малави получилось устранить препятствия на пути перехода из теневого в легальный сектор экономики, поддержав реформу государственной политики в отношении рынка.

Отношение к теневой экономике не может быть однозначно положительным или отрицательным. С одной стороны, она разрушает систему централизованного управления экономикой, порождает антисоциальное перераспределение доходов, а с другой стороны создает рабочие места и делает товары и услуги более доступными для населения из-за увеличения объемов производства.

Основными причинами существования и развития теневой экономики являются нестабильность и разбалансированность официальной экономики, находящейся в глубоком кризисе, неполнота и противоречивость законодательного регулирования, неэффективность налоговой и в целом фискальной политики государства.

Масштаб теневой экономики может значительно снижаться если государство будет стараться улучшить общую экономическую ситуацию в стране: снизит налоги и обязательные платежи, установит справедливые условия приватизации; усовершенствует системы регулирования внутривозможной и внешнеэкономической деятельности; повысит надежность банковской системы; будет осуществлять политическую стабильность в обществе.

#### Литература

1. Бренделева, Е.А. Неинституциональная экономическая теория / Е.А. Бренделева // Дело и Сервис. – 2006. – С. 75–78.
2. Дубровский А.Ю. Специфика управления теневыми хозяйственными процессами в России / А.Ю. Дубровский // Вестник Московского университета. – 2004. – № 4. – С. 34–52 [Электронный ресурс]. URL: [www.spa.msu.ru/images/File/Vestnik/Dubrovskij.pdf](http://www.spa.msu.ru/images/File/Vestnik/Dubrovskij.pdf). (дата обращения: 18.03.2017).
3. Майстер Н.Ю. Теневая экономика в современных условиях. Причины. Сущность. Формы [Электронный ресурс]. URL: <http://www.studfiles.ru/preview/6228757> (дата обращения: 10.03.2017).
4. Маслова Е.А. Теневая экономика в России. Масштаб теневого сектора в России // Материалы VIII Международной студенческой электронной научной конференции «Студенческий научный форум» [Электронный ресурс]. URL: <http://www.scienceforum.ru/2016/1687/21865> (дата обращения: 20.03.2017).
5. Неустроева Н.Н. Особенности функционирования теневой экономики в системе платных услуг // Российское предпринимательство. 2008. № 4-2. С. 171–175.
6. РосБизнесКонсалтинг (РБК) [Электронный ресурс]. URL: <http://www.rbc.ru>
7. Тертышный С.А. Институциональные основы теневой экономики современной России // Проблемы современной экономики. 2011. № 4. С. 67–72.
8. Чеджоев Р.Б. Анализ современного состояния и тенденций функционирования теневого сектора экономики // Известия Санкт-Петербургского государственного экономического университета. 2015. № 6 (96). С. 149–152.
9. Schneider F. Shadow Economies and corruption all over the World: What do we really now? September, 2006 [Электронный ресурс]. URL: <http://ftp.iza.org/dp2315.pdf>

## **ИННОВАЦИОННАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ В СЕКТОРАХ ЭКОНОМИКИ: АПК, ОХРАНА ОКРУЖАЮЩЕЙ СРЕДЫ (НА ПРИМЕРЕ МУНИЦИПАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ ПАВЛОВСКИЙ РАЙОН)**

Социально-экономическое развитие любого государства можно определить по уровню его научно-технологического и инновационного развития, которые являются основополагающими факторами формирования и роста экономического потенциала в стране.

В современном мире инновации являются достаточно важным элементом всех сфер жизнедеятельности общества. Многие ученые сходятся во мнении, что инновации превратились в основную движущую силу экономического и социального развития. Инновационная деятельность, достижения науки и техники изменяют жизнь человечества, а также ведут к непрерывному совершенствованию [1, с. 21–25].

Вообще термин «инновации» впервые использовал австрийский экономист, политолог и социолог Й. Шумпетер. Но на сегодняшний день существует большое количество различных определений этого термина. Так, например, авторы В. Грибов и В. Грузинов считают, что инновации – использование новшеств в виде новых технологий, видов продукции и услуг, новых форм организации производства и труда, обслуживания и управления [3, с. 320]; А. Кулагин и В. Логинов полагают, что инновации – это новшества, нововведения в промышленных, институциональных, финансовых, научно-технических и других областях [4, с. 1]; а Федеральный закон от 23.08.1996 № 127-ФЗ (ред. от 23.05.2016) «О науке и государственной научно-технической политике» гласит: «Инновации – введенный в употребление новый или значительно улучшенный продукт (товар, услуга) или процесс, новый метод продаж или новый организационный метод в деловой практике, организации рабочих мест или во внешних связях» [8, статья 2].

Таким образом, под инновацией понимаются новые технологии, продукты и процессы, которые улучшают качество и повышают эффективность.

Известно, что агропромышленный комплекс (АПК) играет очень важную роль в современной России. Ведь АПК – это основной источник продуктов питания для населения, а еще это и техника, и сырье, и транспортная система, а также это и рабочие места.

На сегодняшний день АПК является одним из важнейших комплексов Российской Федерации (доля АПК в общем объеме ВВП в 2016г. около 5%, хоть и не большой показатель, но имеет место быть), в нем хорошо развивается инвестиционная и инновационная деятельность. Политика государства в сельскохозяйственной отрасли ориентирована на развитие регионов и отдельных районов [1, с. 21–25].

На примере муниципального образования (МО) Павловский район можно проследить рост инновационной и инвестиционной деятельности в АПК.

Так в 2015 году в Павловском районе реализованы проекты в животноводческой отрасли, построено 2 животноводческие фермы и два откормочных комплекса, с общим объемом инвестиций 2,3 млрд рублей. По итогам реализации проекта в период 2014–2015 годов, создано более 300 рабочих мест.

Завершено строительство тепличного комплекса для выращивания томатов, запуск производства на полную мощность позволит получать урожай овощных культур в объеме 1 тыс. тонн, район получит 40 новых рабочих мест.

В 2015 году приступили к реализации двух инвестиционных проектов, соглашения о реализации которых были подписаны на международном инвестиционном форуме в г. Сочи. Совокупный объем инвестиций в экономику района составит 3 млрд рублей, планируется создать 200 новых рабочих мест:

- 1) строительство свинофермы законченного производственного цикла на 2400 свиноматок, позволит обеспечить производство свинины в живом весе в ежегодном объеме 6 тыс. тонн;
- 2) реализация инвестиционного проекта по строительству тепличного комбината на площади более 15 га позволит нарастить объем производства овощей на 5,5 тыс. тонн в год [5, с. 2–3].

Стоимость сельскохозяйственной продукции в Павловском районе увеличилась, например, в 2013 г. она составляла 1674 млн руб., а в 2015 г. – 1854 млн руб. Увеличился объем привлеченных

кредитов в сельское хозяйство, техническое перевооружение имеет положительную тенденцию, используются ресурсосберегающие технологии, имеет отлаженную систему и постоянно улучшается транспортная сеть и логистика, используются высококачественные, современные минеральные удобрения – это лишь малая часть инновационной деятельности в АПК Павловского района [2, с. 21–23].

Итак, рассмотрев инновационную и инвестиционную деятельность в АПК на примере МО Павловский район, делаем вывод, что инновации получают достойное применение в сфере сельского хозяйства.

Состояние окружающей среды служит одним из важнейших параметров, определяющих качество жизни населения.

В настоящее время весьма остро и актуально ставится вопрос защиты окружающей среды, и решение этого вопроса во многом возлагается на органы власти, которые занимаются правовым обеспечением этого вопроса (например, Федеральный закон «Об охране окружающей среды» от 10.01.2002 № 7-ФЗ с изменениями от 2016 г.), финансовым обеспечением (расходы федерального бюджета на охрану окружающей среды в 2016 году в общей структуре расходов составили 0,4%; а по предварительным данным расходы на охрану окружающей среды федерального бюджета на 2017 год насчитывают 76 млрд рублей), а также следят и за исполнением законодательства в этой области.

Защита и охрана окружающей среды проводится как на федеральном уровне, так и на региональном, и местном.

На экологию в современном мире человечество оказывает огромное влияние, при этом не всегда положительное. Поэтому для поддержания состояния окружающей среды на хорошем для жизни уровне необходимо активное применение инновационной деятельности, которая поможет защитить природу, рационально использовать имеющиеся ресурсы, восстанавливать утраченные ресурсы, правильно утилизировать отходы и многое другое.

Основная цель научных исследований сегодня – создание экологически чистых технологий и оборудования.

Примером применения инноваций в области охраны окружающей среды послужит МО Павловский район.

В Павловском районе действуют муниципальные программы «Поддержка и развитие объектов жилищно-коммунального хозяйства и благоустройства муниципального образования Павловский район», в целях реализации которой нужно улучшить показатели эффективности функционирования системы теплоснабжения с помощью применения нового оборудования, улучшить экологическую обстановку на территории района, привести свалки ТБО на территории района в соответствие с требованиями природоохранного законодательства, а также создается отраслевая система производственного экологического мониторинга за выбросами вредных веществ и сбросами сточных вод, за состоянием воздуха, водной среды и почв в районе; «Энергосбережение и повышение энергетической эффективности муниципального образования Павловский район», которая служит для стимулирования энергосбережения, создания условий для внедрения в коммунальной и социальной сферах прогрессивных энергосберегающих технологий и оборудования, уменьшения негативного воздействия топливно-энергетических объектов на окружающую среду [7, с. 2–4].

Инновации применяются при строительстве дорожного полотна. При проектировании автодорог предусмотрены следующие меры по охране окружающей среды:

- земляное полотно запроектировано таким образом, чтобы исключить возможное нарушение теплового режима существующих грунтов в основании земляного полотна и прилегающей полосе;
- местоположения и отверстия искусственных сооружений обеспечивают сохранение после строительства автодорог условий водоотвода, что исключает отрицательное воздействие на окружающую среду;
- по окончании строительства автодорог производится рекультивация земель, выделяемых во временное пользование притрассовой полосы [7, с. 5].

В Павловском районе проводятся мероприятия по выявлению и пресечению незаконного сноса зеленых насаждений, начата работа по увеличению и качественному улучшению зеленого фонда района [2, с. 21–23].

В целях улучшения экологической обстановки и оздоровления окружающей среды ведется работа по разработке долгосрочной целевой программы «Сохранение и развитие зеленых насаждений муниципального образования Павловский район». Принятие этой программы позволит обеспечить рост темпов и качества озеленения с помощью применения новых технологий в сочетании с комплексным благоустройством района, повышение качества окружающей среды, улучшение условий



проживания и отдыха населения, сохранение и развитие социально значимых озелененных территорий общего пользования [6, с. 4–5].

Еще одним показателем применения инновационной и инвестиционной деятельности в области охраны окружающей среды служит инвестиционный проект строительства очистных сооружений.

Данный проект включает строительство предприятия с полным очистным циклом, включающим механическую очистку, биологическую очистку, обеззараживание и обработку осадков. Новый комплекс сможет в год производить очистку 3000 тысяч кубометров вод. Рассчитан инвестиционный проект на жителей и хозяйствующие объекты Павловского района. Конкурентными преимуществами проекта являются: современная технология очистки сточных вод, система контроля очистки сточных вод, высококвалифицированный персонал, регулярно проходящий обучение.

Строительство очистных сооружений обеспечит район новыми рабочими местами для 17 человек [5, с. 7].

Проанализировав ситуацию на примере МО Павловский район, делаем вывод, что инновации широко и активно применяются в области экологии и защите окружающей среды.

Обеспечение экологической безопасности территории РФ в настоящее время невозможно без создания современных механизмов регулирования природопользования и природоохранной деятельности.

Подводя итог, можно сказать, что инновации – это новая продукция, современные технологии, модернизированное оборудование, то есть прогресс в развитии человечества. Общество не должно стоять на месте, оно должно быть в постоянной динамике. Стремление к повышению качества, улучшению эффективности, оптимальному использованию ресурсов, экологичной деятельности ведет к научным разработкам и внедрению инноваций.

Инновационная деятельность – важная ступень в эволюции общества.

#### Литература

1. Бритикова Е.А. Тенденции развития и поддержки малого бизнеса в условиях кризиса // Современные тенденции развития экономики и управления: проблемы и решения: Материалы международной научно-практической конференции. 2016. С. 21–25.
2. Бритикова Е.А., Куршубадзе Р.З. Использование маркетинга территорий для повышения конкурентоспособности экономики муниципального образования // Сборник статей третьей международной школы молодых ученых в области экономики и права на юге России. 2016. С. 21–23.
3. Грибов В.Д., Грузинов В.П. Экономика предприятия: Учебник. Практикум. – 6-е изд., перераб. и доп. – М.: КУРС: НИЦ ИНФРА-М, 2015. – 448 с.
4. Грищенков А.И., Дмитриева Е.А., Легченко М.А. Инновации – определение, классификация, стадии // Журнал «Вестник Брянского государственного университета». Выпуск № 3. 2014. С. 182–188.
5. Отчет главы муниципального образования Павловский район за 2015 год. С. 2–3, 7.
6. Постановление о порядке принятия решения о разработке, формирования реализации и оценки эффективности реализации муниципальных программ в муниципальном образовании Павловский район. С. 4–5.
7. Постановления главы муниципального образования Павловский район об утверждении целевых, муниципальных программ. С. 2–4, 5.
8. Федеральный закон от 23.08.1996 N 127-ФЗ (ред. от 23.05.2016) «О науке и государственной научно-технической политике». Статья 2.

УДК 658.8

*Д.Н. Мелихова, студент*

*Научный руководитель: О.Г. Евстифеева, канд. социол. наук, доцент  
г. Волгоград, Волгоградский филиал Российского экономического университета им. Г.В. Плеханова*

## ПРОБЛЕМЫ И ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ВЕНЧУРНОГО РЫНКА РОССИИ

В связи с настоящей тенденцией к разработке и освоению высоких технологий большое значение в формировании современной экономики приобретает венчурный бизнес, значимость которого на данном этапе развития, несомненно, возросла. Связывая все воедино, России для того, чтобы значительно ускорить развитие экономики, важно развивать данный вид предпринимательства.

Венчурный рынок – форма предпринимательства, способная поддерживать существующую экономику и выступать ее двигателем. Российский рынок характеризуется несформировавшейся экономикой, требующей новую «шоковую терапию», но не ту, которая была проведена в 1998 году, а способную осуществить переход экономики от добывающих технологий к современным (ИТ-

технологии, нанотехнологии, биотехнологии и пр.). Проблема такого перехода обосновывается отсутствием финансирования научных исследований и кадров, что и служит причиной оттока «мозгов» за границу нашей страны [2].

Для изменения данной тенденции необходимо создание надежного фундамента для развития венчурного бизнеса не только на средства госбюджета, но и на средства самих россиян. К сожалению, наши меценаты предпочитают выводить накопленный капитал в оффшоры, боясь скорее экспроприации, нежели денежных потерь от инфляции. Желание уклониться от высокого налогообложения мы исключаем, т.к. в России одна из самых низких ставок на доходы (13%).

Именно вывод отечественного капитала в оффшоры негативно сказывается на развитии венчурного бизнеса в России. Ведь вместо того, чтобы заплатить налог на доход и, грубо говоря, «отмыть деньги», а затем инвестировать часть капитала в отечественные венчурные предприятия – происходит безостановочный отток капитала.

Статистика Центрального банка России утверждает следующее: чистый вывоз капитала банками и предприятиями из России в первом квартале 2014 г. составил 50,6 млрд долларов (около 1,8 триллионов рублей), что в 1,8 раза больше, чем в первом квартале 2013 г. (27,5 млрд долл.) [7].

Если сложить чистый вывоз капитала из РФ за 2014, 2015 и 2016 годы, то получим 250,4 млрд долларов. По данным РВК (Российская венчурная компания), в 2015 году средний размер сделки уменьшился на 55% и составил 1,5 миллиона долларов. Путем деления получаем 167 тысяч незаключенных сделок в секторе венчурного бизнеса в период с 2014–2016 гг.

Единственный выход из сложившейся ситуации – действенный, эффективный контроль вывода капитала из страны на федеральном уровне. С точки зрения патриотизма и национальной идеи гораздо правильнее поддерживать отечественные инновационные проекты, а не зарубежные. Но также следует понимать, что людьми в первую очередь руководит желание получить гарантированную прибыль: венчурный бизнес позиционируется как рискованный сектор, а на российском рынке он предоставляет собою двойной риск, так как в нем произошли негативные изменения (отток из России капитала, дороговизна денег, низкие возможности выхода на рынок, негативное влияние международных санкций и т.д.) [5].

По прогнозам специалистов, трудно будет компаниям на стадиях «посева» и «стартапа», особенно в ближайшие 2–3 года. Впечатление, производимое на инвесторов российским стартап-рынком можно выразить так: «покупать стало дешево, но продавать – некому». По сравнению с докризисным периодом стоимость стартапов сократилась в 3–4 раза.

В 2016 году в долларовом эквиваленте рынок венчурных сделок сократился на 52% по сравнению с предыдущим годом и составил 232,6 миллионов долларов [7].

Произошло увеличение количества сделок на 21%, а количество выходов сократилось на 13%, при этом их стоимость увеличилась в 2 раза.

Изменений в отраслевой структуре рынка в 2016 году не произошло. Лидирующая роль по объемам инвестиций осталась за IT-технологиями (88%). Сегменты биотехнологий и промышленных технологий продемонстрировали значительное увеличение своего удельного веса и в сумме дали 12%.

Значительный рост количества сделок в 2016 году показал сектор биотехнологий (с 6 до 39 сделок, соответственно). Количество сделок в промышленные проекты выросло с 10 до 15. Несмотря на такие показатели, объем финансовых инвестиций в биотехнологии сократился почти вдвое (на 48%) и составил 18,1 миллиона долларов против 35,1 миллиона долларов годом ранее. А вот в сектор промышленных технологий, инвестиции наоборот выросли (на 65%) и составили 8,6 миллионов долларов против 5,2 миллионов долларов в 2014 году [4].

Также следует уделить внимание грантам. В 2016 году общее количество выданных грантов равнялось 6074. Их сумма составила 178,2 миллиона долларов.

С 2013 года отчетливо виден рост финансовой активности российских инвесторов в зарубежных проектах: по сравнению с 2015 годом в 2016 году на 34,2% возросло количество сделок, в которых принимали участие российские фонды и бизнес-агенты; в денежном эквиваленте данный рост составил 21,7%. За 2016 год было совершено 7 выходов российских фондов из зарубежных проектов против 9 выходов в 2014 году [2].

Основными барьерами развития венчурного рынка в России выступают: снижение скорости закрытия сделок, увеличение сроков выхода из проектов, падение оценок компаний, кризис банковской отрасли, недостатки российского законодательства, отсутствие спроса от крупных игроков и острая нехватка обучающего персонала в фундаментальных отраслях.

Таким образом, российский венчурный рынок последние три года характеризуется стагнацией: фактическое снижение количества и объема сделок. Основными инвесторами в 2014–2016 гг. выступают венчурные фонды, где отмечается растущая роль бизнес-агентов. Большая часть венчурных сделок была осуществлена в IT-секторе, а наибольший объем инвестиций привлекла электронная коммерция. Также видна тенденция увеличения количества выходов фондов прямых и венчурных инвестиций (+50%) на отечественном рынке, наблюдается рост количества продаж долей основателями проектов.

В условиях экономической стагнации отечественные инвесторы все чаще смотрят за рубежом: по сравнению с 2014 годом количество сделок с участием российских фондов и бизнес-агентов увеличилось на 34,2%.

По-прежнему главной проблемой венчурного бизнеса в России остается принцип – разработок множество, но только в товары они не превращаются. Главной причиной этого является отсутствие в стране механизмов, позволяющих привлечь внебюджетное финансирование для коммерциализации проектов. Иначе говоря, в стране отсутствует специальный класс венчурных инвесторов.

Обобщая основные тенденции развития российской венчурной отрасли 2014 по 2016 гг., мы можем говорить о следующем: несмотря на нестабильную ситуацию в макроэкономическом плане, российский венчурный рынок обозначил хороший запас прочности. Но дальнейший рост числа выходов и появление историй успеха в данный момент значительно ограничиваются отсутствием большого числа заинтересованных венчурных инвесторов. В целом же динамика и уровень инвестиционной активности на венчурном рынке позволяют нам формировать осторожно оптимистический прогноз при отсутствии серьезных внешних шоков.

#### Литература

1. Венчурный рынок в России: доклад ФРИИ [Электронный ресурс]. URL: [http://www.iidf.ru/upload/frii/IIDF\\_StartTrack\\_report2015.pdf](http://www.iidf.ru/upload/frii/IIDF_StartTrack_report2015.pdf)
2. Венчурный рынок Российской Федерации: итоги 2015 года [Электронный ресурс] // JSON.TV. 2016. 31 марта. URL: [http://json.tv/ict\\_telecom\\_analytics\\_view/venchurnyy-rynok-rossiyskoy-federatsii-itogi-2015-goda-20160331021111](http://json.tv/ict_telecom_analytics_view/venchurnyy-rynok-rossiyskoy-federatsii-itogi-2015-goda-20160331021111)
3. Голубович А. Венчурный капитал в России: (не) доступность и (не) востребованность [Электронный ресурс] // Forbes. 2015. 30 ноября. URL: <http://www.forbes.ru/mneniya-column/konkurenciya/306227-venchurnyi-kapital-v-rossii-nedostupnost-i-nevostrebovannost>
4. Инновационное предпринимательство: как работает венчурная «лестница»: Сборник статей. М.: ОАО «Российская венчурная компания», «Бизнес-журнал». 2015.
5. Карасева Д.Н. Венчурный капитал как источник финансирования инновационной деятельности субъектов малого бизнеса // Известия Санкт-Петербургского университета экономики и финансов. 2014. № 1.
6. Федеральный закон от 02.12.2013 N 349-ФЗ (ред. от 02.04.2014) «О федеральном бюджете на 2014 год и на плановый период 2015 и 2016 годов».
7. ЦБ: Чистый отток капитала из России в I квартале вырос до \$50,6 млрд [Электронный ресурс] // Ведомости. 2014. 08 апреля. URL: <http://www.vedomosti.ru/finance/news/2014/04/08/cb-chistyj-ottok-kapitala-iz-rossii-v-i-kvartale-vyros-do>

УДК 347.27

**Ж.И. Миннибаева, студент**

*Научный руководитель: Е.В. Савоскина, канд. экон. наук, доцент  
г. Самара, Архитектурно-строительный институт  
Самарского государственного технического университета*

## СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ИПОТЕЧНОГО КРЕДИТОВАНИЯ В САМАРСКОЙ ОБЛАСТИ

Вопрос о собственном жилье всегда будет актуален. Государство, как и многие коммерческие организации создали ипотечные программы, чтобы помочь населению решить проблемы, связанные с жилой площадью, а на практике в процессе получения ипотечного кредитования часто возникают трудности с реализацией недвижимости, поскольку она не относится к разряду высоколиквидных активов [6, с. 36].

Складывавшиеся тенденции в жилищном строительстве сформировали достаточно отрицательные предпосылки в сфере ипотечного кредитования. Можно выделить следующие факторы, которые отрицательно повлияли на его развитие в Самарской области:

- ухудшение макроэкономической ситуации;

- отрицательные тенденции в области жилищного строительства;
- понижение благосостояния населения [11].

Однако, самым большим плюсом в ипотечном кредитовании является возможность приобретения дорогостоящей недвижимости, на которую пришлось бы копить годами, что сделало ипотеку популярной на российском рынке. Сегодня государство совместно с банками создали ипотечные программы специально для того, чтобы люди смогли купить себе жилье, которое не смогут приобрести за наличный расчет. Как правило, это долгосрочное кредитование на период от 10 до 30 лет. В таблице 1 представлена динамика показателей рынка жилья в России за 2014–2016 гг.

Таблица 1

**Динамика показателей рынка жилья в России за 2014–2016 гг.**

Субъект	Год			Изменение (2016 к 2014)	
	2014	2015	2016	Абсолютное	Темп роста, %
Обеспеченность населения жильем, м <sup>2</sup> /чел.					
Российская Федерация	23,40	24,40	24,80	1,4	105,98
Приволжский федеральный округ	24,80	23,40	24,00	-0,8	96,77
Самарская область	27,00	28,30	29,00	2	107,41
Ввод жилья, на душу населения, м <sup>2</sup> /чел.					
Российская Федерация	0,23	0,24	0,25	0,02	108,69
Приволжский федеральный округ	0,24	0,24	0,24	0,00	100,00
Самарская область	0,29	0,30	0,31	0,02	106,89
Средневзвешенная стоимость жилья, тыс. р./м <sup>2</sup>					
Российская Федерация	52,81	53,48	55,32	2,51	104,75
Приволжский федеральный округ	71,45	70,52	71,86	0,41	100,57
Самарская область	50,62	52,68	54,85	4,23	108,36

Из данных таблицы 1 можно сделать вывод, что обеспеченность населения жильем в России возросла на 1,4 м<sup>2</sup>/чел., однако в Приволжском федеральном округе она незначительно понизилась на 0,8 м<sup>2</sup>/чел. В Самарской области отмечен наиболее высокий показатель – 29,00 м<sup>2</sup>/чел., что на 2 м<sup>2</sup>/чел. превышает показатель 2014 года. В Российской Федерации, как и в Самарской области наблюдается стабильная ситуация с вводом жилья, на душу населения, этот показатель за трехлетний период возрос на 0,02 м<sup>2</sup>/чел. или же на 8,00%, а по Приволжскому федеральному округу он остался на прежнем уровне. Рассматривая средневзвешенную стоимость жилья, можно сказать, что наибольшей прирост произошел в Самарской области – на 4,23 тыс. р./м<sup>2</sup> или же на 8,36%.

Таким образом, несмотря на отрицательные предпосылки в сфере ипотечного кредитования динамика показателей рынка жилья все же незначительно увеличилась. Этому способствовали рост обеспеченности населения жильем в Самарской области и средневзвешенной стоимости жилья, а также выданный объем кредита на 01.12.2016 г. на общую сумму в 23,5 млрд р., или же 17,23 тыс. ипотечных кредитов. По сравнению с аналогичным периодом объем составил 19 млрд р., а это меньше 2016 года на 23,68%.

Проведенный анализ показателей рынка жилья говорит о том, что в Самарской области имеются все основания для улучшения жилищного рынка, чему может способствовать система ипотечного кредитования.

Для ипотечного кредита типичным является невысокая ликвидность его объекта, важное значение имеет формирование вторичного рынка ипотек. Участники рынка отметили, что на вторичном рынке целевой кредит встречается чаще, так как по сравнению с ипотекой строящегося жилья процентная ставка ниже. Но все же банки отдают предпочтение именно этому типу кредита, так как подобная сделка является наименее рискованной. Предметом обеспечения такой сделки становится приобретаемая квартира. Такая ситуация обусловлена составляющими на рынке недвижимости, на котором квартиры преобладают над новостройками. Вследствие этого количество сделок на рынке вторичного жилья превышает количество сделок на первичном рынке [3; 7].

Что же касается первичного ипотечного кредита, т.е. на объект в строящемся доме, то квартира не имеющая собственника или не сданная в эксплуатацию не может являться предметом залога, поэтому в качестве залога будет право требования на квартиру. В таком случае, банк очень сильно рискует, чем при покупке жилья на вторичном рынке, отсюда и процент по кредиту выше [8, с. 7–10].

Государственная поддержка и большой выбор типов ипотечного кредитования дают возможность выбора. Рассмотрим виды ипотечных продуктов.

Следующий тип ипотечного кредита – кредит на покупку загородной недвижимости. Обычно данный продукт обходится заемщику дороже предыдущего ипотечного кредита за счет более высо-

кой переплаты и из-за высокой процентной ставки, ведь вместе с недвижимостью оформляется и земельный участок, на котором она располагается.

Последним, менее популярным вариантом ипотеки является кредит на покупку комнаты. Этот вид кредита наиболее рискованный для банков, и по этому, банки могут выдать ипотеку только при условии, что после покупки комнаты покупатель станет владельцем всей квартиры. На данный момент таких предложений от банков очень мало.

Помимо всего прочего есть специальный Фонд жилья и ипотеки, который даст возможность покупки квартиры по различным программам кредитования [1, с. 23, 25]:

- по более низкой ставке%;
- военная ипотека;
- субсидии для молодой семьи.

В таблице 2 рассмотрена общая характеристика ипотечных программ, реализуемых в Самарской области.

Таблица 2

**Общая характеристика ипотечных программ, реализуемых в Самарской области**

Показатель	Ипотечная программа		
	«Стандарт»	«Молодая семья»	«Военная ипотека»
Первоначальный взнос	От 10,00% от стоимости жилья	От 10,00% от стоимости жилья Ставка снижается: – на 0,25% при наличии одного ребенка – на 0,5% при наличии двух и более детей	От 10,00% от стоимости жилья
Процентная ставка,%	От 9,10	От 9,10–12,40%	От 9,40%
Максимальная сумма кредита	В зависимости от первоначального взноса	От 300 000–8 000 000	От 300 000–2 400 000
Срок кредита	От 3 до 30 лет	От 3 до 30 лет	От 3 до 20 лет
Соотношение платежей/доход,%	Не более 45 ежемесячного совокупного дохода	Не более 45 ежемесячного совокупного дохода	Не более 45 ежемесячного совокупного дохода
Количество созаемщиков	До 3	До 4	–
Платежи по кредиту	Ежемесячные аннуитетные платежи	Ежемесячные аннуитетные платежи	Ежемесячные аннуитетные платежи
Страхование	Обязательно	Обязательно	Обязательно

Данный Фонд существует и в Самаре, где он занимается реализацией определенных программ, из них [9]:

1. Выдача ипотечного кредита или займа по согласованию со стандартами инвестора, с которыми заключены соглашения о сотрудничестве: ОАО «Агентство по ипотечному жилищному кредитованию».

2. Выдача субсидий для молодых семей, в соответствии с реализуемой программой «Доступное жилье молодой семье» в 2017–2018 годах.

3. Разрешение на ипотечный кредит по программе «Новостройка». Денежные средства пойдут на покупку жилья в новом доме, ставка на которые будет не выше 11%. Процентная ставка будет понижена благодаря специальному вычету для покупателя квартиры более экономичного класса, а также участвующих в государственных жилищных и социальных программ.

4. Выдача ипотечного кредита за счет материнского капитала для покупки готовой квартиры. По условиям программы происходит увеличение суммы кредита на сумму материнского капитала.

5. Реализация программы «Военная ипотека». Данное кредитование предполагает покупку готового жилья для военнослужащих. Кредит предоставляется на сумму до двух миллионов рублей. При этом сумма не будет зависеть от дохода военного, подающего документы на ипотеку.

Этими программами могут воспользоваться следующие категории граждан: население, молодые семьи, военные. Однако, из этой перечисленной группы субсидированию в Самарской области подлежат только ипотеки для молодых семей (возраст супругов или родителя в неполной семье не должен превышать 35 лет, вторым условием является отсутствие собственного жилья). В таблице 3 представлены основные потребители ипотеки в Самарской области.

Таблица 3

**Основные потребители ипотеки**

Категория граждан	Виды ипотечного кредитования
Активное население	Процентная ставка – средняя по России, субсидии и льготы отсутствуют, могут участвовать в программе «Новостройка» и получить преимущества данной Программы.
Молодые семьи	Могут получить субсидию по Программам поддержки
Военные	Могут воспользоваться программой «Военной ипотеки» с льготными условиями кредитования
Семьи	Могут использовать материнский капитал для покупки жилья

В Самаре и Самарской области заявку на ипотеку возможно подать в различные банки, на данный момент их 44. В таких банках есть различные программы кредитования, которые помогут приобрести жилье, как в новостройке, так и на вторичном рынке.

Сегодня крупными банками являются: ЗАО «Коммерческий банк ДельтаКредит», «Абсолют Банк», ОАО «АК Барс банк», «Альфа-Банк», ЗАО «Глобэкс», ОАО «Сбербанк России», ЗАО «Банк Сосьете Женераль Восток».

Банки предлагают следующие программы ипотечного кредитования [4, с. 18]:

- ипотечный кредит без личного и титульного страхования, называемый классическим;
- ипотечный целевой кредит;
- ипотечный целевой кредит без личного и титульного страхования;
- нецелевой кредит на ипотеку;
- нецелевой кредит на ипотеку без личного и титульного страхования;
- классический кредит на ипотеку.

На рисунке 1 представлен сравнительный анализ процентных ставок в валюте и в рублях [6]:

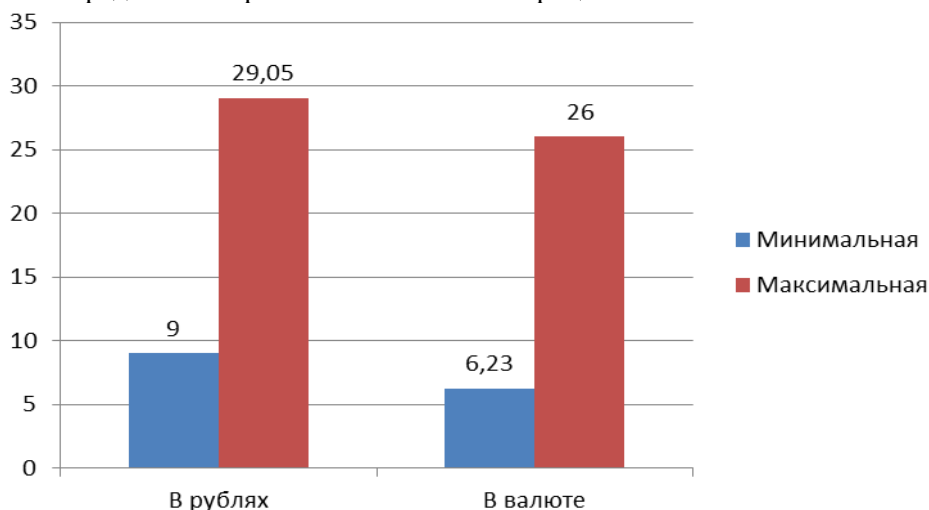


Рис. 2. Сравнительный анализ процентной ставки в рублях и валюте

Самый маленький первоначальный взнос по ипотеке в Самаре равен 0%. Сроки по ипотеке могут составлять 50 лет. В таблице 4 представлена информация по динамике заемщиков в Самарской области за 2012–2016 год [9].

Таблица 4

**Количество кредитных организаций – участников рынка жилищного  
(ипотечного жилищного) кредитования за 2012-2016 гг.**

Период	Кол-во кред. организаций, предоставляющих жилищные кредиты	Количество кредитных организаций, предоставляющих ипотечные жилищные кредиты	Количество кредитных организаций, предоставляющих ипотечные жилищные кредиты, выданные под залог прав требования по договорам участия в долевом строительстве	Количество кредитных организаций, приобретающих права требования по ипотечным жилищным кредитам	Количество кредитных организаций, привлекающих рефинансирование на вторичном рынке ипотечного кредитования
01.07.2016	11	11	4	3	3
01.01.2016	12	12	0	6	6
01.07.2015	12	12	0	6	6

01.01.2015	12	12	0	5	7
01.07.2014	13	13	0	6	6
01.01.2014	9	8	0	1	1
01.07.2013	9	8	0	1	1
01.01.2013	14	14	0	6	5
01.07.2012	9	8	0	1	1
1.01.2012	15	14	0	5	6

В последнее время стало расти количество банков, предоставляющих услуги по выдаче ипотечных кредитов, а также банки, которые занимаются кредитованием с залогом в виде права требования по договорам, участвующие в долевом жилищном строительстве [10].

Подводя итог проведенным исследованиям можно сделать вывод о том, что формирование негативных тенденций и неблагоприятных экономических условий побудило Правительство РФ принять постановление от 15.04.2014 г. № 323 «Об утверждении государственной программы Российской Федерации «Обеспечение доступным и комфортным жильем граждан Российской Федерации». Для реализации этой программы была утверждена стратегия развития ипотечного кредитования до 2020 года. Несмотря на серьезную поддержку со стороны государства, ипотечное кредитование является рискованным для коммерческих банков. Однако, увеличение спроса на жилье дает положительный импульс жилищному кредитованию не только в России, но и в Самарской области. Особое внимание стоит уделить региональному сектору. Пример Самарской области, которая попала в программу доступного жилья показывает, что внимание к этой проблеме со стороны властей вызывает интерес и со стороны граждан к ипотеке. Тем не менее, условия, которые предоставляются банками требуют оптимизации и возможности использования ипотечным кредитованием широких слоев населения.

#### Литература

1. Бондаренко Е.Ю. Оценка состояния жилищного строительства и малоэтажного строительства на территории городского округа Самара // Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований. – 2015. – № 1-2. – С. 23–25.
2. Довиденко И.В. Ипотека. Управление. Организация. Оценка: Учеб. – 2012. – С. 464.
3. Дятлов Д.В. Ипотечный кредит: понятие, виды, классификация. URL: <http://elibrary.ru/download/64073007.pdf> (дата обращения: 19.01.2017).
4. Зарова Е.В. Теоретическое обоснование и информационное обеспечение статистического моделирования ценообразования на объекты офисной недвижимости (на примере города Самары) // Имущественные отношения в РФ. – 2009. – № 5. – С. 18.
5. Кияткина В.В. Теоретические основы современной модели рефинансирования ипотечных кредит // Финансы и кредит. – 2010. – № 30. – С. 57–62.
6. Коростелова Т.С. Региональная ипотека: вектор развития // Региональная экономика: теория и практика. – 2014. – № 42. – С. 36.
7. Крыксин Г.В. Социально-экономическое содержание региональных стратегий развития банковской деятельности и механизм их активизации. URL: <http://elibrary.ru/download/62582986.pdf> (дата обращения: 10.02.2017).
8. Локтева Т.В. Региональная ипотека: теоретический подход // ТДР. – 2013. – № 6-2. – С. 7, 10.
9. Официальный сайт Самарского Фонда жилья и ипотеки. 2016. URL: <http://www.sofgi.ru/buy-flat/> (дата обращения: 22.12.2016).
10. Официальный сайт ЦБ РФ. Показатели рынка жилищного (ипотечного жилищного) кредитования. 2016. URL: <https://www.cbr.ru/statistics/?Prtid=ipoteka> (дата обращения: 22.12.2016).
11. Холод Н.Ю. Состояние ипотечного кредитования в РФ до и после экономического кризиса. URL: <http://elibrary.ru/download/31241738.pdf> (дата обращения: 15.02.2017).

УДК 336.71

**Д.В. Мищенко, Ж.И. Миннибаева, студенты**

Научный руководитель: М.Н. Барбарская, канд. экон. наук, доцент  
г. Самара, Архитектурно-строительный институт  
Самарского государственного технического университета

## ПАРАМЕТРЫ ФОРМИРОВАНИЯ РЕЙТИНГОВ КРЕДИТНЫХ УЧРЕЖДЕНИЙ

С целью объективной оценки надежности банковской организации в мировой и отечественной практике используют понятие кредитного рейтинга. Данный вид рейтинга рассчитывается на основе прошлой и текущей финансовой истории и на основе размера их собственности и взятых на себя обязательств. Основное предназначение таких оценок – дать потенциальным вкладчикам или кредиторам

полное представление о платежеспособности и стабильности того или иного банка [1, с. 75]. Такие рейтинги составляют отечественные (рейтинговые агентства «Эксперт» и «РусРейтинг») и зарубежные специализированные агентства (Standard&Poor's (S&P), Moody's и FitchRatings).

Standard&Poors – одно из старейших рейтинговых агентств, которое входит в «большую тройку» с Moody's и FitchRating. Данное агентство было создано в 1860 году. Им были присвоены рейтинги более 100 странам на общую сумму долга в 34 трлн долларов США. Кроме того, компания является создателем серии биржевых индексов S&P для американского и международного рынка ценных бумаг. Moody's было основано немного позже, чем Standard&Poors, в 1909 году. Основной офис находится в Нью-Йорке, у компании есть 24 представительства в мире, в том числе в России. Moody's присваивает международные и национальные рейтинги, которые официально называются рейтингами дефолта эмитента. Но методика Moody's имеет важное отличие от методик Standard&Poors и FitchRatings. Основным событием, вероятность которого показывает рейтинг Moody's, является не сам дефолт, а тот факт, что инвесторы понесут потери при его наступлении.

Основные параметры, на которых строятся рейтинги банков данных агентств представлены на рис. 1.

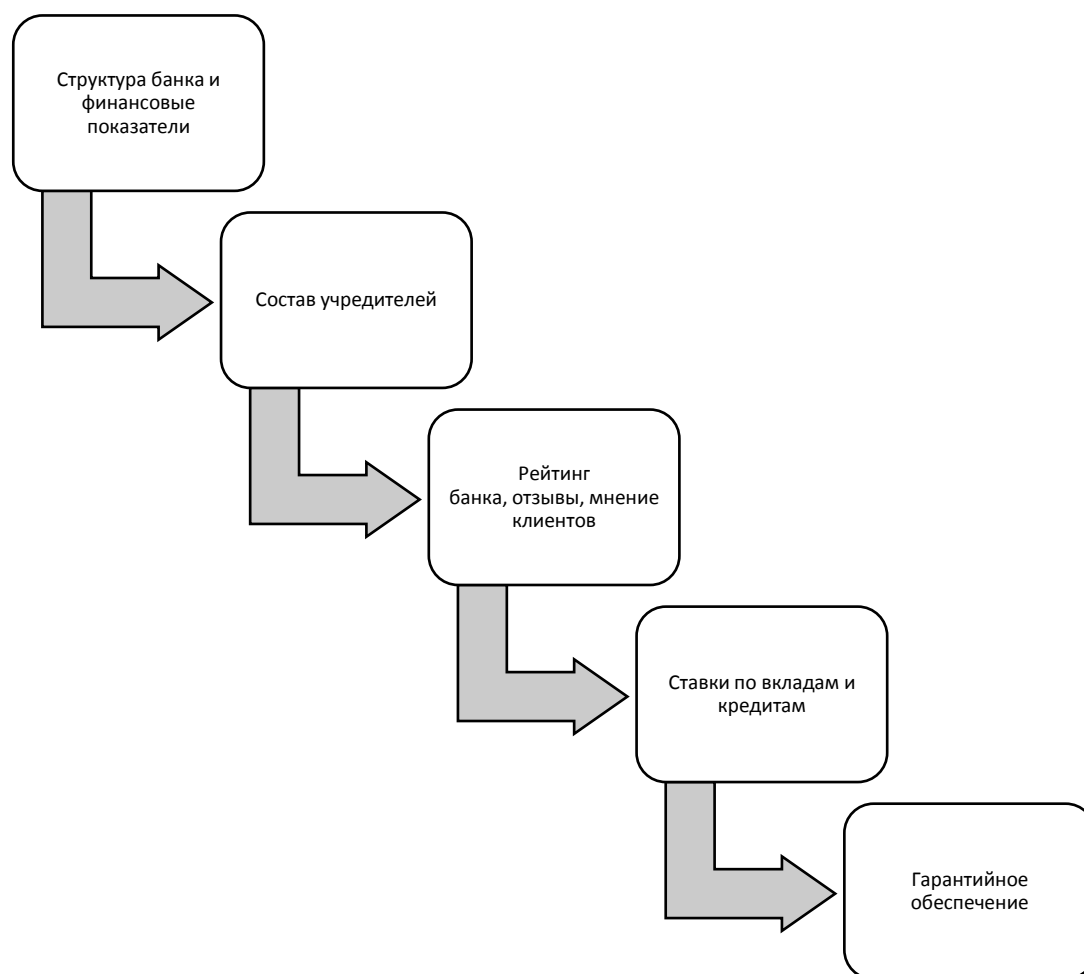


Рис. 1. Критерии проверки надежности банка

Для оценки структуры банка и финансовых показателей его деятельности необходимо проверить его официальные регистрационные данные. Это можно выполнить с помощью обращения на сайт Банка России в следующем порядке:

- «Зайти» на официальный сайт Банка России [3];
- Ввести название банка в строку поиска. Перейти по ссылке, на которой будет отображена полная информация о необходимом банке (количество филиалов, операционных касс и офисов, кредитно-кассовых офисов). Там же расположена информация о наличии лицензии, размере уставного капитала и сроке «жизни» самого банка;
- Изучить финансовую отчетность годовой или квартальной формы, проанализировать тенденции изменения активов-нетто и прибыли банковской организации.



Учредителями коммерческих банков могут быть юридические или физические лица, резиденты или нерезиденты Российской Федерации. Если банк был поглощен другим банком, то в составе учредителей будут отображаться крупные финансовые корпорации или группы. При оценке надежности это будет являться положительным фактом. Так же, к стабильным банкам можно отнести те банки, которые имеют отечественный капитал, либо те, которые были созданы для поддержки и обслуживания промышленных корпораций страны.

При проверке надежности необходимо обратить внимание на прозрачность информации и ее доступность, то есть на то, насколько легко можно найти информацию о владельце контрольного пакета акций и других совладельцах, о том, на сколько часто происходит смена учредителей и по каким причинам.

Надежность коммерческого банка может быть оценена с помощью рейтингов аналитиков банковской деятельности, отзывов и мнений клиентов. Так как данная оценка может быть субъективной, то нужно тщательно подходить к выбору источника информации. Этими источниками информации могут быть финансовые порталы, публичные форумы и печатные издания, которые привлекают для составления статей и рейтингов финансовых аналитиков. Так же важно, чтобы рейтинг давал промежуточные значения показателей, их анализ, а не только конечный результат. Самыми популярными источниками данной информации являются:

- Рейтинги банков РБК Рейтинг;
- Финансовый и кредитный рейтинг сайта;
- Данные финансового портала.

Пример формирования рейтинга первых десяти банков Самарской области по активам за февраль 2017 года по данным сайта представлен в таблице 1.

Таблица 1

**Рейтинг банков Самарской области по активам (за февраль 2017 г.) [4]**

Название банка	Активы	
	млн р.	прирост
Сбербанк	22 890 926	-1,1% за месяц
Газпромбанк	5 274 296	+3,4% за месяц
ВТБ 24	3 228 326	+1,8% за месяц
Россельхозбанк	2 982 112	+4% за месяц
ФК Открытие	2 751 106	-2,1% за месяц
Альфа-банк	2 412 642	-2,7% за месяц
Московский кредитный банк	1 394 647	-4,4% за месяц
Промсвязьбанк	1 321 270	-0,5% за месяц
ЮниКредитБанк	1 147 947	-2,7% за месяц
Райффайзенбанк	792 310	+3,9% за месяц

Немаловажным аспектом надежности банка является реализуемая процентная политика формирования ставок по кредитам и депозитная политика банка. На банковском рынке кредитования и инвестирования существует определенный диапазон ставок по каждой из программ. Но при поиске подходящего банка необходимо определить, какой политики придерживается конкретный банк. Один из вариантов, когда банк занижает процентную ставку для привлечения клиентов, чаще всего это «молодые» банки, данная ситуация является позитивной и не несет угрозы. Но существует и обратная, наиболее опасная ситуация, в которой банк умышленно завышает процентные ставки, находясь в кризисном состоянии. Современная практика показывает, что для привлечения клиентов банки устанавливают более высокую процентную ставку по вкладам и низкую по кредитам. Таким образом, со временем прибыль в результате совершения кредитных операции сокращается, а обязательства по пассивным операциям возрастают, следовательно, банк начинает не справляться с нагрузкой, что приводит его к банкротству [2, с. 25].

Для проверки уровня процентных ставок выбранного банка возможно также обратиться к официальному сайту Банка России, открыть страницу «Динамика ставок» за определенный период и сравнить средний уровень процентной ставки со ставками выбранного банка. На фоне волны банкротства некоторых успешных банков и незащищенности вкладчиков 23 декабря 2003 г. был принят Федеральный Закон № 177-ФЗ «О страховании вкладов физических лиц в банках РФ». А в следующем, 2004 г. было создано Агентство по страхованию вкладов (АСВ). Важно помнить о том, что согласно Главе 2 Статьи 11 «Размер возмещения по вкладам» при наступлении страхового случая вкладчик получит сумму в размере суммы вклада в банке, но не более 1 400 000 рублей, если иное не установлено данным Федеральным законом. Вторым важным моментом является то, что согласно

Главе 2 Статье 8 «Страховой случай» вклады физических лиц подлежат возмещению только в двух случаях:

- После отзыва лицензии у банка;
- После проведения процедуры банкротства.

Поэтому, при выборе банка, необходимо проверить, является ли он участником государственной программы по защите вкладов. Данная информация так же расположена в открытом доступе на официальном сайте Банка России.

Для получения профессионального мнения можно обратиться к рейтингам мировых агентств. Например, одним из наиболее авторитетных в мире является рейтинговое агентство Moody's Investor Service. Это агентство существует на рынке на протяжении многих лет и пользуется репутацией надежного источника о возможных рисках. Рейтинг банков данного агентства для Самарской области за февраль 2017 года приведен в таблице 2.

Таблица 2

**Рейтинг банков Самарской области за февраль 2017 по мнению агентства Moody's Investor Service [4]**

Название банка	Код рейтинга	Расшифровка
Райффайенбанк	Aaa	Очень высокая способность выполнять свои долговые обязательства
Русфинанс Банк	Aa1	
Всероссийский Банк Развития Регионов	Aa2	Высокая способность выполнять свои долговые обязательства
РосЕвроБанк	A1	
Абсолют Банк	A2	Умеренно высокая способность, есть возможность неблагоприятных перемен
Банк Русский Стандарт	A3	
СКБ-Банк	Baa1	Достаточная способность выполнять свои долговые обязательства, однако более высокая чувствительность к воздействию неблагоприятных перемен
Балтинвестбанк	Baa2	
Газбанк	Baa3	Вне опасности в краткосрочной перспективе
БИНБАНК	Ba1	
Сбербанк России	Ba2	
ФК Открытие	Ba3	Более высокая уязвимость при наличии неблагоприятных коммерческих, финансовых и экономических условий, однако имеется возможность исполнения долговых обязательств в срок и в полном объеме
Кредит Европа Банк	B1	
Тинькофф Банк	B2	

Рейтинг агентства Moody's Investor Service можно сравнить с рейтингом не менее известного и надежного мирового агентства Standard&Poor's. Он составлен за февраль 2017 года по Самарской области и представлен в таблице 3.

Таблица 3

**Рейтинг банков Самарской области за февраль 2017 по мнению агентства Standard&Poor's [4]**

Название банка	Код рейтинга	Расшифровка
Райффайзенбанк	AAA	Очень высокая способность своевременно и полностью выполнять свои долговые обязательства; самый высокий рейтинг
Альфа-Банк	AA+	
Промсвязьбанк	AA	Высокая способность своевременно и полностью выполнять свои долговые обязательства
Московский Кредитный Банк	AA-	
Запсикомбанк	A+	Умеренно высокая способность своевременно и полностью выполнять свои долговые обязательства при большой чувствительности к воздействию неблагоприятных перемен в коммерческих, финансовых и экономических условиях.
Банк Русский Стандарт	A	
БИНБАНК	A-	
Совкомбанк	BBB+	Достаточная способность своевременно и полностью выполнять свои долговые обязательства, однако имеется более высокая чувствительность к воздействию неблагоприятных перемен в коммерческих, финансовых и экономических условиях.
Банк Образование	BBB-	

Все информационные источники (Банк России, специализированные форумы и сайты, рейтинговые агентства) позволяют потенциальным клиентам оценить надежность банковских организаций. В основу построения рейтингов возложены такие важные показатели, как структура банка и его финансовые показатели, состав его учредителей, процентные ставки по вкладам и кредитам, гарантийное обеспечение, отзывы и мнение других клиентов, которые напрямую влияют не только на результаты деятельности банковской организации, но и «затрагивают» интересы ее клиентов. Поэтому работа, которую проводят в данном направлении банковские аналитики, мировые и отечественные рей-

тинговые агентства в значительной мере позволяет повысить финансовую грамотность граждан и обеспечивает объективность оценки эффективности деятельности кредитной организации.

#### Литература

1. Барбарская М.Н. Анализ динамики развития и эффективности функционирования банковского сектора Самарской области / М.Н. Барбарская, Н.А. Лихач, Л.А. Муллакаева // Сибирская финансовая школа. – 2015. – № 4. – С. 75–80.
2. Барбарская М.Н. Анализ причин банкротства кредитных организаций / М.Н. Барбарская, В.Э. Шарныгина // Актуальные проблемы развития хозяйствующих субъектов, территорий и систем регионального и муниципального управления: матер. X междунар. науч.-практич. конф. – Курск, 2015. – С. 24–25.
3. Официальный сайт Центрального Банка РФ [Электронный ресурс]. URL: [http://www.cbr.ru/statistics/print.aspx?file=bank\\_system/cr\\_inst\\_branch\\_010315.htm&pid=lic&sid=itm\\_3982](http://www.cbr.ru/statistics/print.aspx?file=bank_system/cr_inst_branch_010315.htm&pid=lic&sid=itm_3982) (дата обращения: 19.04.2016).
4. Официальный сайт banki.ru [Электронный ресурс]. URL: <https://www.banki.ru/banks/ratings/> (дата обращения: 19.04.2016 г.).

УДК 368.1

**А.Е. Митина, студент**

*Научный руководитель: Е.И. Васильченко, доцент*

*г. Краснодар, Кубанский государственный аграрный университет им. И.Т. Трубилина*

### СТРАХОВАНИЕ КРЕДИТНЫХ РИСКОВ

На современном этапе развития рыночной экономики, особенно при нестабильной экономической ситуации в стране невозможно предположить уровень своего дохода и финансовое состояние в целом. Именно поэтому договорно-правовые формы страхования банковской деятельности служат надежным фактором стабильности различных кредитных организаций. Так же следует помнить о том, что в соответствии со спецификой деятельности страховых компаний, они подвергаются двойному риску, поэтому нуждаются в эффективном механизме страхования.

Одной из основных особенностей страхования кредитных рисков является тот значимый момент, что в отношениях между кредитором и заемщиком имеется взаимный интерес – кредит, который ставит участников процесса в абсолютно противоположные экономико-правовые условия. Заемщик в соответствии с договором обязан возвратить полученную ссуду, а кредитор вправе требовать возврата займа, что в противном случае грозит ему финансовыми убытками. Следовательно, основным риском с материальной точки зрения является не возврат взятой ссуды, а если рассмотреть юридическую сторону вопроса, то невыполнение обязательств.

Для снижения кредитных рисков банки требуют от своих клиентов обеспечения по кредиту, такого как обременение имущества заемщика залоговыми обязательствами и привлечение поручителей, способных погасить задолженность за клиента в случае непредвиденных обстоятельств. Меньше всего банки рискуют при ипотечном кредитовании и выдаче кредитов под покупку автомобилей, так как предметом залога становится приобретаемое имущество. Самыми рискованными кредитными программами для банка являются услуги по экспресс-кредитованию и потребительским кредитам, для выдачи которых не требуется справки о доходах, что значительно снижает оценку кредитоспособности клиента. Поэтому, чтобы частично снизить финансовые риски по таким ссудам, банки требуют от заемщиков значительного первоначального взноса, а также намеренно завышают процентные ставки по данным видам кредитования.

Также одним из методов снижения рисков банка является страхование кредитных рисков. Такой вид страхования распространяется только на потребительские и бизнес-кредиты, а не на весь кредитный портфель банка.

Страхование кредитов, и одновременно гарантия от неплатежа со стороны заемщика, считается довольно распространенным видом страхования финансовых рисков. На сегодняшний день наиболее популярными являются следующие формы страхования кредитов: потребительское страхование, страхование товаров, материальных ценностей, страхование инвестиционных мероприятий. Каждая из этих форм отличается характером предоставления кредита, который будет обеспечиваться страховой.

Страховая защита в страховании товарных кредитов обеспечивается как на внутреннем, так и внешнем (экспортно-импортном) товарообороте, который осуществляется на кредитной основе. Не-

обходимость возникновения данной организационной формы страхования кредитов связана со случаями неплатежеспособности покупателей – заемщиков, которые обусловлены многими факторами, например нехваткой собственных имеющихся оборотных средств и другими, на которых нужно обратить внимание при самостоятельной подготовке.

Существуют принципы страхования кредитных рисков банка, основными из них являются следующие [3]:

- в случае наступления страхового события потери несут обе стороны (банк и страховщик).
- страхованию подлежат прямые убытки банка и не покрываются страхованием проценты, непредвиденные расходы.
- в процессе страхования учитываются не отдельные кредиты, а весь портфель однородных кредитов.

Кредитные организации в результате своей деятельности всегда подвергаются риску, избежать который невозможно, однако, можно его минимизировать. Для достижения этой цели используют большой набор методов, таких как формальные, полужформальные и неформальные методики оценки кредитных рисков. Наиболее распространенным способом минимизации кредитных рисков остается внесение залога со стороны заемщика [2]. В виде залога могут выступать: движимое и недвижимое имущество, деньги и ценные бумаги, гарантии и поручительства физических лиц, переуступка требований или счетов.

В целях регулирования российского рынка страхования используют нормативные акты, такие как: Гражданский Кодекс РФ и Налоговый Кодекс РФ. Так же для минимизации кредитных рисков постоянно разрабатываются и совершенствуются законы, которые защищают участников сделок. Такими законами являются:

- Закон «О страховании предпринимательского (финансового) риска кредитора или должника»;
- Закон «Об организации страхового дела в России»;
- Законом «Об акционерных обществах»;
- Закон «О банках и банковской деятельности».

Если же рассматривать классификацию разных видов страхования, существующих в страховом законодательстве, то прежде всего под страхованием кредитных рисков понимают страхование предпринимательских рисков. В ГК РФ в ст. 929 указано, что предпринимательский риск – это риск убытков от предпринимательской деятельности из-за нарушения своих обязательств контрагентами предпринимателя или изменения условий этой деятельности по не зависящим от предпринимателя обстоятельствам, в том числе риск неполучения ожидаемых доходов.

Анализируя данные развития банковской системы РФ заметно, что объем кредитования постоянно растет, а значит и улучшается кредитный портфель. Так на 1.01.2017 года объем кредитов, выданных юридическим лицам и индивидуальным предпринимателям на различные виды экономической деятельности, составил 32 395 606 млн рублей. А в 2014 году этот же показатель составил 31 582 836 млн рублей, таким образом, увеличение произошло на 2,6% [1]. Объем потребительского кредитования, выданного физическим лицам на 1.01.2017 года составил 10426,8 млрд рублей, а в 2014 году 9957,1 млрд рублей [1]. Объем потребительского кредитования увеличился за 3 года в 4,7 раза, что свидетельствует о более быстром росте данного вида кредитования среди населения, чем кредитования юридических лиц.

Нужно отметить, что существует ряд проблем, касающихся страхования кредитных рисков. Одной из них является низкая прозрачность деятельности страховых компаний. Фактически страховую деятельность на рынке ведут порядка 40–50 страховщиков. Кроме того, зачастую страховщики искусственно занижают стоимость страхования банковских рисков, что приводит к проблемам с выплатами страховых возмещений при непосредственном наступлении страховых случаев.

Кроме того, многие страховые компании не готовы разрабатывать индивидуальные условия страхования рисков банка, что также вызывает претензии со стороны банков, так как типовые формы договоров, содержащиеся в правилах страхования, не всегда удовлетворяют пожеланиям банка.

Для сокращения кредитных рисков банки помимо страхования должны иметь четкую стратегию управления рисками на всех уровнях деятельности. Сюда входит тщательная проверка кредитоспособности клиента и наличие у него положительной кредитной истории. Кроме того, банки должны постоянно анализировать кредитные риски как по каждому отдельному кредиту, так и по всему кредитному портфелю банка в целом, для своевременного выявления и принятия всех необходимых мер по снижению наиболее опасных кредитных рисков.

В заключении следует отметить, что кредитная политика банка должна обязательно учитывать возможность кредитных рисков, предвдвять их появление и грамотно управлять ими, то есть сводить

к минимуму возможные негативные последствия кредитных операций. В то же время, чем ниже уровень риска, тем, естественно, меньше может оказаться прибыль банка, так как большую прибыль банк обычно получает по операциям с высокой степенью риска. Поэтому целесообразно искать «золотую середину», т.е. оптимальное соотношение между степенью риска и доходностью по кредитным операциям при помощи грамотного управления кредитными рисками, что реализуется с помощью анализа основных способов управления кредитным риском и разработки практических мероприятий по снижению риска неплатежа по ссудам.

#### Литература

1. Информационно-статистический портал [электронный ресурс]. URL: <https://www.cbr.ru> (дата обращения: 05.03.2017).
2. Маликова К.Ю. Страхование кредитных рисков как инструмент антикризисного управления [электронный ресурс]. URL: <http://novainfo.ru/article/3042> (дата обращения: 05.03.2017).
3. Старостина С.А. Тенденции во взаимодействии потребительского кредитования с социально-экономическим развитием России [электронный ресурс]. URL: <http://www.fin-izdat.ru/journal/fc/detail.php?ID=69163> (дата обращения: 03.03.2017).

#### УДК 330.3

**Е.В. Михненко, студент**

*Научный руководитель: О.Н. Углицких, канд. экон. наук, доцент  
г. Ставрополь, Ставропольский государственный аграрный университет*

### СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ МИРОВОГО ФОНДОВОГО РЫНКА

История зарождения фондового рынка берет свое начало в средневековье – уже в 13–14 вв. существовали постоянные вексельные рынки и периодические вексельные ярмарки, которые можно считать предками современного рынка ценных бумаг. Непосредственно операции с ценными бумагами стали осуществляться позднее – в 16 веке, на специально основанных для этого биржах в Антверпене и Лионе.

Но фондовый рынок в современном понимании сформировался в конце 16 века, когда стали возникать первые акционерные компании. Старейшей является Амстердамская фондовая биржа, которая открылась в 1611 году – именно на ней впервые появились маржевые, срочные операции, сделки ДЕПО и РЕПО и другие.

Ключевым моментом в развитии международного фондового рынка является создание Нью-Йоркской фондовой биржи – на ней были разработаны основные инвестиционные механизмы.

На сегодняшний день выделяют несколько основных фондовых бирж мира.

#### 1. Нью-Йоркская фондовая биржа (New York Stock Exchange, NYSE)

Из 13 американских бирж именно NYSE является крупнейшей не только в США, но и во всем мире. По показателям торгуемых на бирже акций рассчитывается индекс Доу-Джонса, а также индекс NYSE Composite. История биржи началась 17 мая 1792 году. На сегодняшний день на NYSE котируются акции более 3 тысяч компаний со всего мира. Чтобы пройти листинг на бирже необходимо иметь годовой доход не менее \$2,7 миллиона. На данной бирже торгуются акции таких компаний как Coca-Cola и Procter & Gamble.

#### 2. NASDAQ

Датой рождения NASDAQ считается 1970 год, когда автоматизированная система котировок, созданная американской ассоциацией торговцев ценными бумагами, превратилась в полноценную фондовую биржу. Сегодня NASDAQ является весомым конкурентом Нью-Йоркской фондовой бирже. Именно на NASDAQ торгуются бумаги таких эмитентов, как Microsoft, Intel, Apple и Google. Отличительная черта NASDAQ – это специализация на работе с компаниями IT-сектора. На сегодняшний день на этой бирже продаются и покупаются акции около 4400 компаний.

#### 3. Лондонская фондовая биржа (London Stock Exchange, LSE)

Официально основана в 1801 году, является одной из самых старейших бирж мира. Из 22 бирж, действующих в Великобритании, именно LSE является важным игроком на международной арене. Лондонская фондовая биржа – это акционерное общество, продающее на биржевых торгах собствен-

ные бумаги. На долю LSE приходится 50% общемировой международной торговли ценными бумагами. Самый влиятельный индекс, рассчитываемый по итогам торгов на бирже – FTSE 100.

#### 4. Токийская фондовая биржа

Данная биржа также относится к старейшим биржам мира, была основана в 1878 году. По уровню капитализации Токийская площадка – вторая в мире после NYSE. Здесь размещают свои ценные бумаги такие крупные азиатские компании, как Toyota, Mazda, Sony. Всего на бирже торгуется около 2300 японских и иностранных компаний. Основными показателями состояния дел на Токийской бирже являются индексы NIKKEI и TOPIX.

#### 5. Гонконгская фондовая биржа

Биржа была основана в 1891 году. Сегодня здесь представлены бумаги более 1500 эмитентов. Капитализация Гонконгской фондовой биржи составляет \$ 1,54 триллиона, по данному показателю биржа стоит на 7 месте в мире.

#### 6. Шанхайская фондовая биржа

Одна из самых молодых бирж, основана в 1990 году, но уже набравшая огромные торговые обороты. Крупнейшая торговая площадка Китая является одним из лидеров азиатского фондового рынка. Биржа является некоммерческой организацией, находящейся под управлением специальной комиссии по ценным бумагам КНР. Главный индекс, рассчитываемый по итогам торгов – SSE Composite, который отражает состояние всех компаний, представленных на бирже.

Фондовый рынок – это часть рынка капиталов, которая поддается регулированию и обеспечивает торговлю ценными бумагами как на биржевом, так и на внебиржевом рынках. Международный фондовый рынок – это фондовые рынки различных стран, объединенные в единую систему, которые осуществляют различные операции с ценными бумагами.

Таким образом, международный фондовый рынок является составным элементом мирового рынка капитала, а тот, в свою очередь, в совокупности с денежным рынком представляет глобальную финансовую систему.

Мировой (или международный) фондовый рынок является наднациональной структурой, которая включает фондовые рынки отдельных стран. При этом если участниками внутренних фондовых рынков выступают юридические и физические лица, то на международном рынке субъектами являются сами страны. При этом мировой фондовый рынок можно назвать универсальным и глобальным, т.к. к нему имеют доступ самые разные участники мировой экономики независимо от места расположения.

По своей структуре рынок представляет совокупность кредитно-финансовых институтов:

- транснациональные компании,
- международные фондовые биржи,
- финансовые посредники (брокерские и дилерские конторы),
- кредитно-финансовые институты,
- государственные агентства.

Все операции на мировом фондовом рынке можно разделить на:

- Коммерческие, которые включают расчеты по экспортно-импортным операциям,
- Финансовые, связанные с движением капитала между различными отраслями экономики.

Фондовый рынок является инструментом финансирования и развития экономики. Он играет важную роль, так как призван трансформировать сбережения домашних хозяйств и предприятий в инвестиции. Актуальность темы подчеркивается фактом, что обеспечение роста конкурентоспособности в современных условиях невозможно, если осуществлять финансирование проектов развития только за счет прибыли предприятий, без привлечения крупных капиталов. Из вышесказанного следует, что борьба за инвестиционные ресурсы лежит в основе современной мировой конкуренции.

Если на национальных фондовых рынках субъектами денежных сделок считаются юридические и физические лица данной державы, то на международном фондовом рынке – разные государства.

По своей структуре представляет собой совокупность различного рода кредитно-денежных институтов, из-за которых происходит перемещение денежных средств в сфере международных финансовых институтов [2].

Можно выделить три основные функции фондового рынка:

1. Улучшение платежных расчетов, нововведения в торговых операциях, повышение значения и роли интернациональных фондовых и торговых бирж;
2. Взаимозависимость между государственными и иностранными разделами экономики;
3. Модернизация структуры международного разделения труда – специализация стран не только по сферам и отраслям, но и по отдельным стадиям научно-технического процесса, которая сопро-

вождается масштабным перенесением из развитых государств в развивающиеся трудоемких, низко-технологичных и экологически обременительных производств [1].

Мировой фондовый рынок (МФР) представляет совокупность международного рынка и национальных рынков, которая рассматривается во взаимосвязи и взаимодействии.

МФР можно рассмотреть как множество мировых рынков конкретных видов ценных бумаг (долговых инструментов, акций).

Фондовый рынок каждой страны находится в существенной зависимости от происходящих на мировой арене финансового рынка событий и уровня становления национальной экономики в этот момент времени [4]. Поскольку национальные рынки очень чувствительны к различным политическим событиям, а так же с учетом воздействия внутриэкономических и внешнеэкономических причин, фондовый рынок попеременно то взлетает, то находится в упадке.

Данные о влиянии кризиса на индексы некоторых фондовых рынков разных стран на начало 2015-сентябрь 2016 года, приведены в таблице 1.

Таблица 1

**Индексы фондовых рынков на начало 2015 года – сентябрь 2016 года**

Индекс	Страна	Значение индекса на сентябрь 2016 года	Значение индекса на начало 2015 года
Sri Lanka All Share	Шри-Ланка	6,534.80	7,180.05
Peru Lima General	Перу	15,296.98	13,669.78
India BSE 30	Индия	27,865.96	29,182.95
Argentina MerVal	Аргентина	15,755.01	8,141.61
Israel TA-100	Израиль	1,261.79	1,269.71
Turkey ISE National-100	Турция	76,488.38	88,945.82
Russian MICEX Index	Россия	1,978.00	1,647.69
China Shanghai Comp	Китай	3,004.70	3,210.36

Таким образом, можно заметить, что большее количество стран потерпели снижение индекса, а именно Китай -205,66 (-6,41%) пунктов, Шри-Ланка -645,25 (-8,99%) пунктов, Индия -1316,99 (-4,51%) пунктов, Израиль -7,92 (-0,63%) пункта и Турция -12457,44 (-14,00%) пункта. А увеличение значения индекса выявлены в Перу +1627,2(+11,90%), в России +330,31(+20,09%) и в Аргентине +7613,4(+93,52%) пунктов.

Кризис не только ускорил перемены в мировой финансовой структуре, но и определил выход ранее ограниченных по своим функциям центров на транснациональный и региональный уровень. Сингапур, Гонконг, Нью-Йорк и Лондон, формирующие весомую долю глобальных финансовых услуг, все также продолжают в значительной степени удерживать свои позиции в мировых финансах [3].

Из всего вышесказанного можно заключить, что на сегодняшний день важным фактором международных экономических отношений капитализма стал быстрорастущий международный фондовый рынок.

#### Литература

1. Алексеев В.Н. Финансовый рынок РФ: основные проблемы и факторы развития в условиях глобализации: Монография. – М.: Дашков и К, 2012. – 220 с.
2. Ионова А.Ф. Управление финансами. Финансовый анализ: Учеб. пособие. – 3-е изд. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012. – 639 с.
3. Каячев Г.Ф. Финансовые институты и рынки: Учеб. пособие / Г.Ф. Каячев. – Красноярск: Сибирский федеральный ун-т, 2011. – 240 с.
4. Миловидов В.Д. Философия финансового рынка: Монография / В.Д. Миловидов. – М.: Магистр, 2013. – 272 с.

**УДК 336.14**

***Е.В. Михненко, студент***

*Научный руководитель: И.И. Глотова, канд. экон. наук, доцент  
г. Ставрополь, Ставропольский государственный аграрный университет*

## **БЮДЖЕТ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ НА 2017 ГОД: СОСТОЯНИЕ И ПРОЕКТЫ**

Ежегодно правительство Российской Федерации разрабатывает и принимает федеральный бюджет. 19 декабря 2016 года Президентом РФ был подписан закон о принятии бюджета на 2017 год,

главный документ страны, регламентирующий принципы распределения денежных средств, описывающий направления экономического развития государства [2].

В документе зафиксированы планируемые доходы, и прописаны обязательные статьи расходов. Основная характеристика нового бюджета состоит в еще большем урезании государственных трат, которые всё равно остаются выше доходов.

С 2006 года федеральный бюджет в России планируется на трехлетний период [3]. Это правило было нарушено при создании документа на 2008 и 2016 годы, ввиду пика кризисов. Нынешний закон снова предполагает трехлетний план государственного бюджета. На 2017, 2018 и 2019 годы распространяются одинаковые цели и тенденции: с каждым годом сокращение доли дефицита и снижение показателя инфляции путем сокращения расходов.

Впервые законопроект о госбюджете рассматривался 18 ноября 2016 года. Во втором чтении были сделаны некоторые корректировки, перераспределена часть расходов 540 млрд рублей, например, на кредитную поддержку регионов согласовали 200 млрд рублей вместо 100.

Итоговый вариант был принят Госдумой в третьем чтении, и 19 декабря 2016 года Президент РФ подписал закон о федеральном бюджете на 2017 год. Отталкиваясь от прогноза ВВП объемом 86 806 млрд рублей и ожидаемого уровня инфляции в пределах 4%, в федеральном бюджете РФ планируются доходы – 13 487,6 млрд руб., расходы – 16 240,8 млрд руб. Дефицит составит 2 753,2 млрд руб.

С целью одновременного снижения уровня инфляции и сокращения дефицита бюджета при расчете нового документа правительство РФ за ведущий принцип взяло сокращение бюджетных расходов: в 2017 году на 6%, в последующие 2 года на 9% и 11%. В послании Президента говорилось об экономии средств, которые нерационально расходовались ранее, на практике будет снижение финансирования по большинству направлений и приоритетных госпрограмм. В итоге зафиксированы следующие статьи расходов (табл. 1).

Таблица 1

<b>Зафиксированные статьи расходов в федеральном бюджете на 2017 год</b>	
<b>Структура расходов</b>	<b>млрд рублей</b>
Общегосударственные вопросы	1 135
Национальная оборона	1 121
Правоохранительная система	1 270
Национальная экономика	2 292
ЖКХ	58,2
Охрана окружающей среды	76,4
Образование	568
Культура и кинематограф	94
Здравоохранение	377
Социальная политика	5 080
СМИ	73,4
Физкультура и спорт	89,7
Обслуживание госдолга	729
Межбюджетные трансферты	768

Финансирование здравоохранения, образования (кроме высших учебных заведений), ЖКХ в большей степени будет осуществляться за счет региональных бюджетов.

В статью на общегосударственные вопросы заложены расходы на обеспечение деятельности органов власти: Президента, Правительства, губернаторов и т.д. [4] Сюда входит и зарплаты чиновников, но важно отметить, что наибольшие средства рассчитаны на министерство международных дел и Президента. Первый пункт объясняется наличием международных конфликтов и разногласий: война в Сирии, украинский конфликт, взаимоотношения с Западом.

В федеральном бюджете на 2017 год не предусмотрено не расписанных резервных расходов. Возможные траты на ликвидацию последствий экстренных ситуаций, в том числе стихийных бедствий, расходы на выполнение срочных поручений Главы государства планируются именно из средств, заложенных на обеспечение работы Президента.

Если рассматривать расходы на оборону и безопасность, то Министерство финансов посчитало самым простым вариантом урезать бюджетные вложения в те направления, в которых в последние годы был максимальный прирост финансирования. В частности, расходы на оборону обсуждались как гипертрофированные и не оказывающие положительного влияния на состояние экономики стра-



ны. Однако нынешние затраты во многом – это планомерное решение задачи о перевооружении российских войск, поставленной Президентом несколько лет раньше.

Многие госзаказы были сделаны до кризиса, и сейчас целесообразнее максимально быстро рассчитаться, чтобы не переплачивать проценты и не допустить лишнюю финансовую нагрузку на бюджет в последующие годы. И всё же в сравнении с 2016 годом расходы на оборону снизили более чем на 1 трлн рублей. При этом часть затрат, касающихся военных, вписана в другие статьи бюджета: поддержка военных учебных заведений – в образовании, обустройство жилья военнослужащих – в ЖКХ и т.д.

Государственные инвестиции в экономику сокращены еще на 7,5% за счет прекращения или снижения финансирования некоторых государственных экономических программ. С одной стороны, приостановка федерального субсидирования некоторых корпораций и региональных проектов закрывает дорогу задуманному изначально развитию тех или иных отраслей или территорий. С другой стороны, государственные инвестиции за счет бюджета по этим направлениям оказываются малоэффективными, в идеале требуется привлечение бизнес-инвесторов, и тенденция на сокращение расходов по этой статье будет продолжена.

Пока наибольшие потери понесли следующие программы:

- Социально-экономическое развитие Дальнего Востока -50,3%;
- Развитие судостроения и техники для освоения шельфовых месторождений на 2013–2030 годы -30,3%;
- Энергоэффективность и развитие энергетики -27,2%;
- Экономическое развитие и инновационная экономика -22,8%.

При этом продолжится финансирование таких компаний, как Росатом (77 млрд рублей), РЖД (68 млрд рублей), Федеральная корпорация по развитию малого и среднего предпринимательства (14 млрд рублей). Снова получают дотации банки: в первую очередь находящийся на грани банкротства Внешэкономбанк (150 млрд рублей), Россельхозбанк, реализующий кредитование агропромышленных предприятий, Сбербанк и ВТБ в рамках поддержки ипотечного кредитования. К регионам, которые обеспечены наибольшими субсидиями, в 2017 году относятся Крым, Севастополь, Северный Кавказ и Калининградская область.

За несколько последних лет правительством и Президентом РФ утверждено 45 приоритетных государственных программ. В бюджете на 2017 год нет ресурсов для полноценной реализации каждой из них. Если ранее в соответствии с Бюджетным кодексом позволялось оставлять около 2,5 процента от всех расходов условно расписанными, они предназначались для распределения по самым важным проектам и программам по решению правительства или Президента, то в нынешнем финансовом документе это правило не действует.

Но расходы на несколько приоритетных проектов предусмотрены:

- Развитие здравоохранения – 3,84 млрд рублей;
- Развитие образования на 2013–2020 годы – 42 млрд рублей;
- Ипотека и арендное жильё – 20 млрд рублей;
- ЖКХ и городская среда – 10 млрд рублей;
- Международная кооперация и экспорт – 41 млрд рублей;
- Малый бизнес и поддержка предпринимательской инициативы – 14,6 млрд рублей;
- Безопасные и качественные дороги – 30 млрд рублей;
- Комплексное развитие моногородов – 6,5 млрд рублей;
- Экология – 20,19 млрд рублей.

Еще до рассмотрения федерального бюджета на 2017 год было обещано выполнение государством социальных обязательств при любых обстоятельствах. Даже в условиях сокращения всех расходов на социальные выплаты выделено на 620 млрд больше, чем в прошедшем году. Это объясняется, в том числе ростом количества получателей различных пособий.

Основная часть пойдет на выплаты пенсии с учетом двух индексаций, соответствующих фактическому уровню инфляции. При этом закон об опережающем росте пенсий для сельских жителей отложен на 3 года, что затрудняет повышение уровня благосостояния самых малообеспеченных пенсионеров.

Остальные 1,4 трлн рублей будут потрачены на все прочие пособия, индексация которых составит 8%. В этой же статье заложены расходы на реализацию продленной программы материнского капитала. Установленный размер выплаты за рождение второго ребенка остался на уровне 453 тыс. руб.

Несмотря на сокращение расходов на здравоохранение, запланировано продолжить строительство перинатальных центров, оснащение детских больниц, оборудование помещений социального назначения для комфортного использования инвалидами. Но многие проекты отложены на неопределенный срок.

Доходную часть бюджета традиционно составляют налоговые сборы и таможенные пошлины.

- Налог на добычу полезных ископаемых;
- Ввозные и вывозные таможенные пошлины на нефть и газ;
- Налог на добавленную стоимость;
- Акцизы на алкоголь, табак, топливо;
- Налог на прибыль предприятий.

Около 37% прогнозируемых доходов бюджета 2017 года будут приносить нефтегазовые корпорации. В прошедшем году существенный прирост показали продажи зерна и туризм, в 2017 году ожидается соответствующий уровень дохода от этих направлений.

Продолжают действовать налоговые каникулы для малого и среднего бизнеса, в целом наблюдается спад товарооборота большинства предприятий, поэтому общие налоговые сборы будут ниже докризисных годов. Но с 2017 года меняется принцип отчислений с регионов налога на прибыль предприятий, вместо 2% теперь в федеральный бюджет будут поступать 3% от сборов.

В целях финансирования покрытия дефицита госбюджета планируется использование резервного фонда полностью в размере 1,2 трлн рублей и фонда национальной безопасности на сумму в 659,6 млрд рублей. Это покроет две трети общего дефицита. Оставшаяся сумма должна быть покрыта с помощью внутренних заимствований и приватизации. Планируется размещение облигаций госкорпораций и Банка России на сумму 1,05 трлн рублей. По прогнозам Министерства финансов, госдолг при этом не превысит безопасный уровень в 20% ВВП.

Мнения о том, приведет ли принятый федеральный бюджет к сдвигу экономического развития страны в положительную сторону, расходятся. Прирост ВВП в 2017 году ожидается не выше 0,6%, что нельзя назвать экономическим ростом. Главный финансовый документ страны создан с учетом текущих внешних политических и экономических обстоятельств. Но сохраняется надежда на урегулирование межгосударственных разногласий, отмену санкций, стабилизацию цен на нефть на уровне не ниже 50 долларов за баррель.

Новый федеральный бюджет принят 355 депутатами, 99 представителей Госдумы не согласны с ним, обвиняя в нерациональном распределении расходов: излишних тратах на госаппарат и банковскую систему, недостаточное финансирование агропромышленного комплекса, слабую поддержку регионов и неэффективные инвестиции в развитие экономики. Правительство в свою очередь настаивает именно на максимальном сокращении расходов. Более 60% мер направлено на эти задачи. Для поиска вариантов дополнительного дохода нынешнее время считается не подходящим. Объективно на сегодня экономика России находится в процессе стагнации, и без жестких мер создать сбалансированный бюджет невозможно.

#### Литература

1. Федеральный закон от 19.12.2016 N 415-ФЗ «О федеральном бюджете на 2017 год и на плановый период 2018 и 2019 годов».
2. Мысляева И.Н. Государственные и муниципальные финансы: Учебник / И.Н. Мысляева. – 3-е изд., перераб. и доп. – М.: НИЦ ИНФРА-М, 2016. – 393 с.
3. Нечаев А.С. Бюджетная система Российской Федерации: Учебное пособие / А.С. Нечаев, Д.А. Антипин, О.В. Антипина. – М.: НИЦ ИНФРА-М, 2015. – 265 с.
4. Сенчагов В.К. Бюджет России: развитие и обеспечение экономической безопасности: Монография / В.К. Сенчагов. – М.: НИЦ ИНФРА-М, 2015. – 384 с.

**АНАЛИЗ СОСТОЯНИЯ И ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ОСНОВНЫХ СРЕДСТВ**

Одним из важнейших факторов любого производства, любой страны или области являются основные средства. Их эффективное и грамотное использование улучшает технико-экономические показатели, в том числе способствует увеличению объема выпускаемой продукции и выполняемых работ, снижению их себестоимости и трудоемкости изготовления, и, соответственно, росту прибыли [1, с. 121].

Особенность анализа основных средств – его многоуровневая структура. Важно выделить уровень влияния факторов и в соответствии с этим выбрать модели и способы анализа. Конечной целью анализа основных фондов является выявление возможностей увеличения объемов выпуска и производства продукции без дополнительного привлечения ресурсов или определение потребности в обновлении или расширении производственного потенциала.

Анализ использования основных средств – очень важный процесс. Он может проводиться по нескольким направлениям, разработка которых в комплексе позволяет оценить структуру, динамику и эффективность использования основных фондов. Данные о наличии основных фондов приводятся по полной учетной стоимости (с 2011 г. с учетом переоценки, осуществленной на конец года), т.е. по стоимости основных фондов, равной сумме учитываемых в бухгалтерских балансах организаций их остаточной балансовой стоимости и величины накопленного износа. Размер основных фондов по строительству по всей России и в Самарской области за период с 2010 года по 2014 год представлены в табл. 1, а динамика количества основных фондов в денежном выражении представлена на рис. 1 [3].

Таблица 1

**Основные фонды по строительству (по полной учётной стоимости; на конец года)**

	2010	2011	2012	2013	2014
млн рублей					
По России	1 499 940	1 499 379	1 581 874	1 676 906	1 758 897
По Самарской области	16 534	13 816	22 202	28 170	34 938

Исходя из данных можно рассчитать удельный вес основных фондов по строительству в Самарской области в общем объеме основных фондов всей страны:

Таблица 2

**Удельный вес основных средств в строительной отрасли Самарской области**

	2010	2011	2012	2013	2014
Удельный вес	1,10%	0,92%	1,40%	1,68%	1,99%

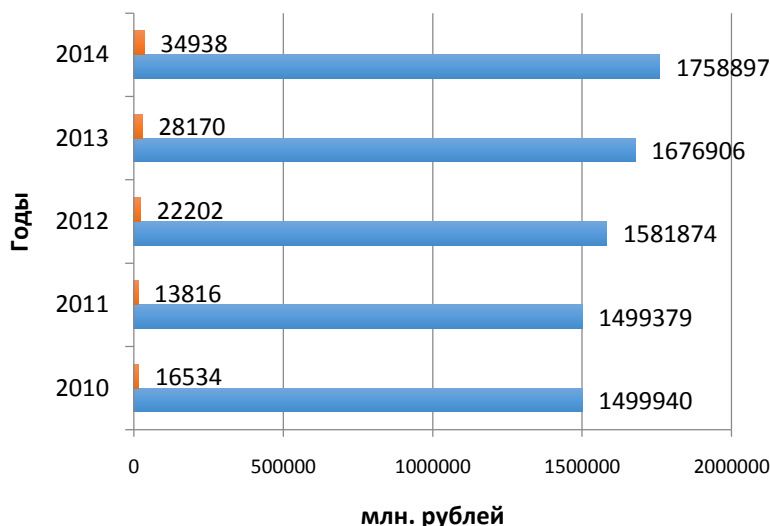


Рис. 1. Динамика основных фондов по строительству (по полной учётной стоимости; на конец года)

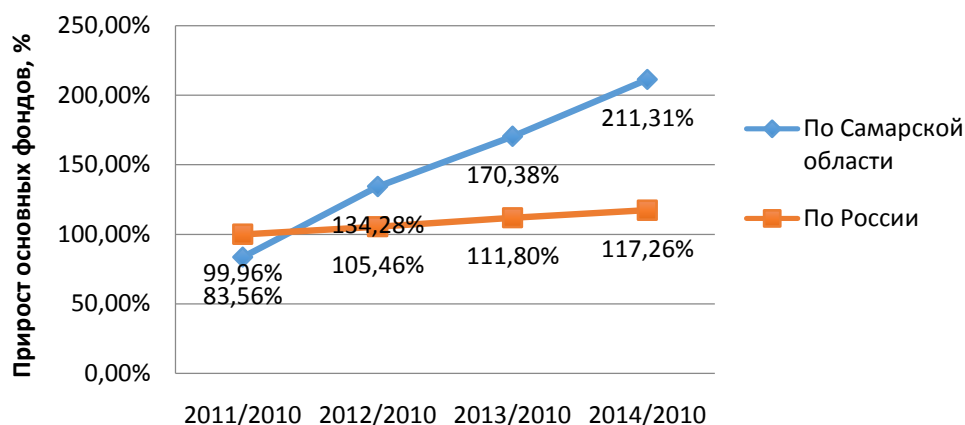


Рис. 2. Динамика прироста основных фондов в строительной отрасли (на конец года, по отношению к 2010 году, в процентах)

Данные о наличии, износе и движении основных средств являются основными источниками для оценки производственного потенциала страны, области и, в частности, организации.

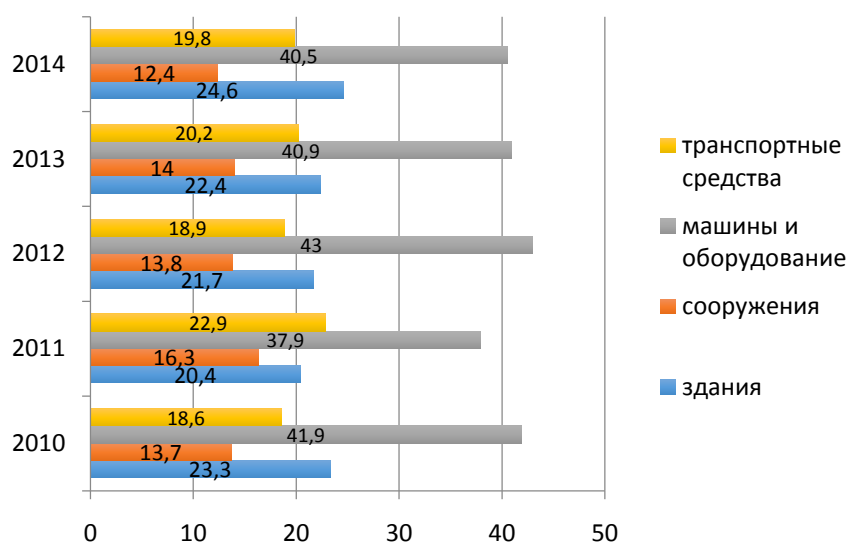
Анализ движения основных фондов проводится на основе таких показателей как: коэффициент поступления (ввода) основных фондов, обновления, выбытия, ликвидации, расширения. Для характеристики технического состояния основных средств рассчитываются коэффициенты годности, износа, замены.

При анализе движения основных фондов следует учитывать особенности современного периода в России. Проиллюстрируем эти особенности на примере строительства.

На рис. 1 и рис. 2 видна динамика увеличения количества основных фондов в России и в Самарской области. Это обуславливается введением таких целевых программ, как «Молодая семья», «Жилище», «Обеспечение жильем молодых семей» и др., которые стали толчком к развитию строительной отрасли в России, и в частности, в Самарской области.

Например, на основании Государственной программы «Молодая семья», которая действует с 2006 года, всем молодым семьям, которые отвечают установленным требованиям и положениям, возможно предоставление государственной субсидии на приобретение или строительство жилой недвижимости. Данная программа предусматривает и помощь в выплате долга по ипотечным кредитам или по оплате первоначального взноса при вступлении в долевое строительство (с января 2011 года).

Эти факторы увеличили уровень продажи построенных площадей, что привело к увеличению прибыли строительных организаций, соответственно переоснащением и увеличением в количественном размере основных средств на балансе предприятий.



**Рис. 3. Состав основных фондов строительных организаций в России за 2010–2014 годы (на конец года; в процентах от наличия основных фондов)**

К основным фондам относятся здания, сооружения, машины и оборудование (рабочие и силовые машины и оборудование, измерительные и регулирующие приборы и устройства, вычислительная техника), транспортные средства, рабочий и продуктивный скот, многолетние насаждения, другие виды основных фондов. На рис. 3 представлен состав основных фондов строительных организаций по Российской Федерации. Проанализировав диаграмму, выяснили, что машины и оборудование занимают наибольший удельный вес от объема всех основных средств строительных организаций. Это вытекает из специфики строительной отрасли, где для каждого из видов работ нужен определенный набор строительных машин и оборудования. Например, при возведении многоквартирного дома, на строительной площадке

Вторыми по занимаемому объему основных средств являются здания, либо, в некоторые годы, транспортные средства. Строительные организации часто имеют на своем балансе здания для удовлетворения своих нужд, например, расположение своего офиса, либо нужд своих рабочих, те здания социального назначения: детские сады, больницы, школы. Так же на балансе многих строительных организаций числится автопарк транспортных средств, состав которого многообразен. В него входят транспортные средства для перевозки грузов, строительных материалов и смесей, автобусы для перевозки рабочих на строительную площадку и автомашины управляющей структуры.

Самый минимальный, но не менее значимой категорией основных средств строительных организаций являются сооружения.

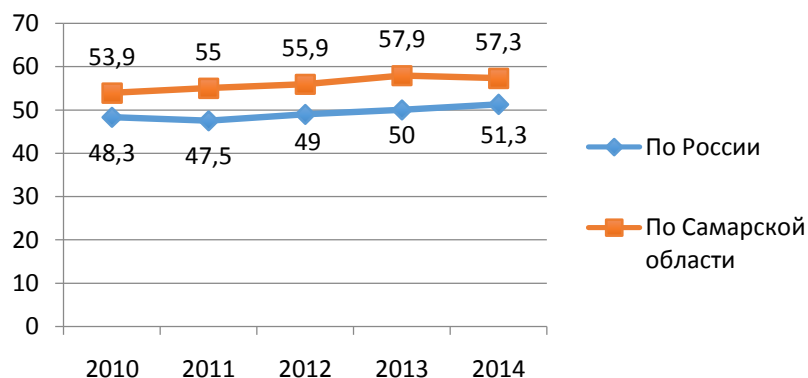
Сооружение – это объемная, плоскостная или линейная строительная система, имеющая наземную, надземную и (или) подземную части, состоящая из несущих, а в отдельных случаях и ограждающих строительных конструкций и предназначенная для выполнения производственных процессов различного вида, хранения продукции, временного пребывания людей, перемещения людей и грузов (п. 23 ст. 2 Федерального закона от 30.12.2009 № 384-ФЗ «Технический регламент о безопасности зданий и сооружений»). Например, на строительных площадках устанавливают рельсы для кранов, мосты, что является временным сооружением, но числится на балансе организации.

Для анализа основных фондов выделяют такие показатели, как степень износа, коэффициент выбытия (ликвидации) и коэффициент обновления.

Степень износа основных фондов – отношение накопленного к определенной дате износа имеющихся основных фондов (разницы их полной учетной и остаточной балансовой стоимости) к полной учетной стоимости этих основных фондов на ту же дату, в процентах.

Износ основных фондов – это частичная или полная утрата основными фондами потребительских свойств и стоимости в процессе эксплуатации, под воздействием сил природы и вследствие технического прогресса. Нормы и методы начисления износа определяются порядком бухгалтерского, налогового и статистического учета.

Принято считать, что значение показателя степени износа более чем 50% является нежелательным. Более объективную оценку данного показателя можно получить, сравнив его значение со значениями данного показателя у конкурентов, например, у других стран, областей или конкретных предприятий по данной отрасли.



**Рис. 4. Динамика изменения степени износа основных средств строительных организаций по России и по Самарской области за 2010–2014 годы (на конец года; в процентах)**

На рис. 4 представлено изменение степени износа основных фондов строительных организаций по Российской Федерации и по Самарской области. По данным видно, что степень износа по России с

2011 года постепенно увеличивается, приобретая к 2013–2014 годам нежелательное значение, больше 50%. По Самарской области степень износа основных средств с 2010 года приобретает нежелательное значение, больше 50%. И до 2013 года значение степени износа динамично растет, но к 2014 приобретает положительную динамику к снижению. Это говорит о том, что на балансе строительных организаций числятся основные средства, приобретенные давно, т.е., возможно, уже неактуальные, технически устаревшие и не выполняющие в полном объеме свое прямое назначение [4].

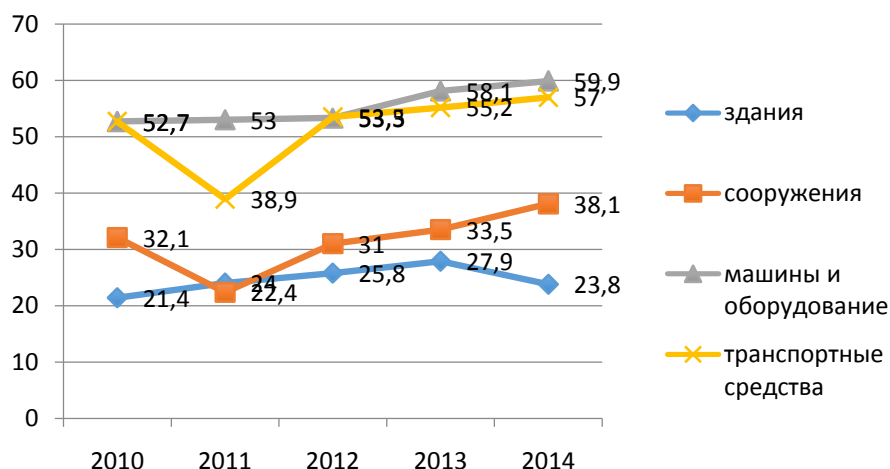


Рис. 5. Степень износа видов основных средств строительных организаций в России за 2010–2014 годы

Коэффициент выбытия основных фондов – это отношение ликвидированных за год основных фондов к их наличию на начало года, в процентах. Данный показатель, как и коэффициент обновления, характеризует интенсивность процесса обновления основных фондов.

Показатели динамики основных фондов, коэффициенты их обновления и выбытия приводятся по полной восстановительной стоимости в сопоставимых ценах. В настоящее время используются сопоставимые цены на конец 2000 г. На рис. 6 показана динамика изменения коэффициента выбытия (ликвидации) по России и Самарской области в период с 2010 по 2014 годы [2, с. 102].

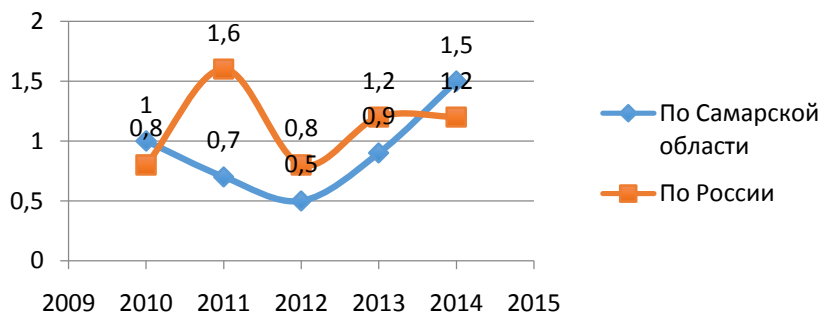


Рис. 6. Изменение коэффициента выбытия (ликвидации) по России и по Самарской области в период с 2010 по 2014 годы (в сопоставимых ценах; в процентах)

По рис. 6 видно, что по всей России коэффициент выбытия принял свое максимальное значение в 2011 году, равное 1,6. Далее была динамика снижения этого показателя, и в 2013–2014 году он имел устойчивое значение, равное 1,2.

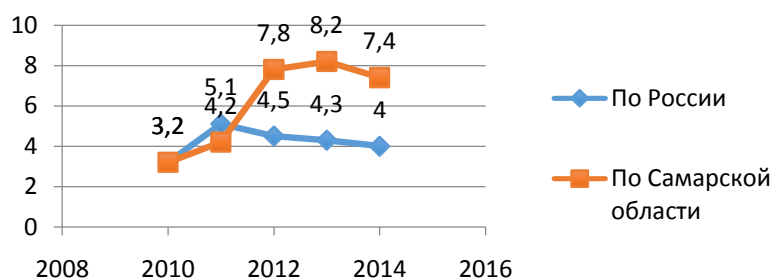
По Самарской области наблюдалась динамика снижения показателя коэффициента ликвидации основных средств до 2012 года, далее произошёл рост значения этого коэффициента. Теперь к 2014 году он был равен 1,5.

В периоды застоя экономики, снижения темпов инновационной деятельности коэффициент выбытия основных фондов уменьшается, а в периоды подъема экономики, активизации инновационной деятельности – увеличивается.

В периоды застоя экономики, снижения темпов инновационной деятельности коэффициент выбытия основных фондов уменьшается, а в периоды подъема экономики, активизации инновационной деятельности – увеличивается.

Значение коэффициента выбытия следует рассматривать в совокупности со значением коэффициента обновления основных средств (рис. 7).

Коэффициент обновления основных фондов – это отношение основных фондов, введенных в действие в течение года, к их наличию на конец года, в процентах. Этот показатель отражает удельный вес новых (введенных за год) основных фондов в их общем объеме.



**Рис. 7. Изменение коэффициента обновления по России и по Самарской области в период с 2010 по 2014 годы (в сопоставимых ценах; в процентах)**

В благоприятной ситуации развития экономики коэффициент обновления должен быть выше коэффициента выбытия, это будет говорить о расширении воспроизводства основных фондов. Но возможна ситуация, когда коэффициент выбытия будет больше, тогда будет наблюдаться суженное воспроизводство основных фондов.

По данным (рис. 7) видно, что значение коэффициента обновления по России и по Самарской области в 2010 году приняло одно значение, равное 3,2. Далее, к 2011 году произошел рост коэффициента по России до значения, равного 5,1, а по Самарской области – до 4,2. До 2013 года по России динамика роста сохранилась, а по Самарской области рост сменился динамикой спада значения данного коэффициента. К 2014 году значение коэффициента по России составляло 7,4, а по Самарской области на 4,4 меньше, то есть равное 4.

По приведенным коэффициентам видно, что существует положительная динамика развития внеоборотных активов, их активное обновление в Самарской области. По России также можно отметить положительную динамику в составе основных фондов, присутствующих в строительных организациях. В результате анализа основных средств вырабатываются рекомендации:

- провести обновление состава и капитальный ремонт основных средств, находящихся на балансе строительных организаций, такие как машины, оборудование, транспортные средства, для снижения уровня коэффициента износа;
- оценить долю незадействованных в производственном процессе основных фондов и определить для них наиболее прибыльный вариант использования: продать, сдать в аренду или списать по остаточной стоимости.
- увеличить время работы оборудования, сократить простои из-за ремонта, цикличности строительных работ.

#### Литература

1. Бузырев В.В. Экономика строительства: Учеб. 2009. С. 302.
2. Хунгуреева И.П. Экономика предприятия: Учеб. 2012. С. 240.
3. Официальный сайт Территориального органа Федеральной службы государственной статистики по Самарской области. URL: <http://samarastat.gks.ru> (дата обращения: 20.02.2017).
4. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики. URL: <http://www.gks.ru> (дата обращения: 20.02.2017).

## **ВЛИЯНИЕ МАРКЕТИНГОВЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ НА РАЗВИТИЕ РЫНКА СПЕЦОДЕЖДЫ**

В современное время во всем мире большое внимание уделяется охране и безопасности труда, что заставляет работодателей во всех сферах промышленности обеспечивать своих сотрудников необходимыми средствами индивидуальной защиты (СИЗ). Отметим, что в СИЗ входит множество видов защитных средств, обеспечивающих защиту от вредного воздействия и источников опасности на рабочих местах и разделяются на типы в зависимости от обеспечиваемой защиты.

Все виды одежды, предназначенной для обеспечения безопасности и защиты людей от внешних факторов при проведении какого-либо рода работ, называют одним общим термином – спецодежда. Каждая специальность предполагает свои требования к средствам защиты, поэтому и спецодежда для разных профессий может значительно отличаться.

К наиболее востребованным видам её относят продукцию для защиты от:

- воздействия агрессивных веществ, в т.ч. и биологических материалов;
- влаги;
- пониженных или повышенных температур;
- общепромышленных загрязнений;
- механических повреждений;
- радиации и радиоактивных материалов.

Кроме того, все костюмы, халаты, фартуки, нарукавники и прочие элементы одежды, применяемые, к примеру, в пищевой промышленности или медицинской практике, также относятся к категории спецодежды.

Отдельно следует выделить сигнальные средства индивидуальной защиты, предназначенные для обеспечения безопасности их носителя во время проведения работ в условиях плохой видимости.

К главным функциям всей подобной продукции относят не только защиту человека от воздействия внешних факторов, но и увеличение удобства труда, а, следовательно, и повышения эффективности проводимых работ. В зависимости от того, в какое время года проводятся работы, все виды специальной одежды можно разделить на 2 основных типа: летнюю и зимнюю [3].

На рост рынка СИЗ сильно влияет увеличение численности персонала предприятий и зависимость от развития отраслей применения СИЗ (например, промышленная, добывающая, строительная, ЖКХ и нефтегазовая отрасль).

В 2012 г. доля России на мировом рынке средств индивидуальной защиты составляла 5,3%. Для развитых стран Северной Америки и Западной Европы характерен постепенный рост рынка. Однако, учитывая огромные инвестиции в промышленность, растущую осведомленность об использовании СИЗ и соблюдение требований безопасности конечными потребителями, Россия стала одним из наиболее быстрорастущих игроков на рынке СИЗ. Благодаря высокому потенциалу роста, Россия привлекает внимание глобальных производителей средств индивидуальной защиты [1, с. 15].

Нефтегазовая отрасль отличается наибольшей осведомленностью в отношении безопасности среди отраслей – конечных пользователей СИЗ. В связи с тем, что с разведкой и добычей, а также с последующей переработкой нефтепродуктов связаны высокие факторы опасности, нефтегазовая отрасль в глобальном масштабе остается крупнейшим конечным потребителем СИЗ.

Экономические исследования за 2011–2012 года говорят о том, что швейная промышленность страны имела низкую экономическую поддержку государства, не развивалась сырьевая база внутри страны, были разрушены внешние связи с традиционными поставщиками сырья, ослаблена материально-техническая база предприятий, отсутствовали инвестиции в производство.

Возросшая стоимость сырья, электроэнергии, топлива, повышение размера страховых отчислений привели к падению рентабельности в швейном производстве на 5–7%. Как результат доля убыточных предприятий в отрасли в первом полугодии 2012 года составила 31,1%.

Основные причины, повлиявшие на падение отрасли, в целом, а значит и на деятельность общества можно указать следующие:

- слабый сырьевой внутренний рынок;



- огромные объемы контрафактной продукции;
- низкие таможенные пошлины на импортные товары из Китая и Турции.

Не смотря на все эти факторы, анализ рынка спецодежды в России в 2011–2015 гг. показывает рост объемов продаж.

В 2015 г объем продаж спецодежды в России составил 120 млн шт, что на 42% превысило уровень 2011 г. В течение последних пяти лет показатель ежегодно увеличивался, исключение составил лишь 2012 г.

В структуре натуральных продаж по видам наибольший удельный вес приходился на категорию прочей спецодежды. В которую входят производственные и профессиональные куртки, пальто и полупальто, плащи, комбинезоны, халаты, фартуки, жилеты, а также защитная спецодежда.

В 2015 г в структуре продаж спецодежды по секторам рынка лидировала оптовая торговля, доля данного сектора в совокупном натуральном объеме продаж составила 56,5%.

Более того, по прогнозам BusinesStat, в 2017–2020 гг. натуральные продажи спецодежды в России будут расти на 2,2%–4,6% в год и в 2020 г достигнут объема в 138,8 млн шт. Рост продаж спецодежды будет обусловлен ростом спроса на нее, который вызван стремлением покупателей спецодежды к регулярному обновлению эксплуатируемых изделий. Одежда специального назначения постоянно совершенствуется: появляются новые спецткани, повышаются защитные свойства (огнестойкость, влаго- и теплоустойчивость и др.), улучшаются гигиенические свойства и т.д.

Согласно данным Росстата, количество организаций в России, подавших сведения о своей деятельности (по ОКВЭД 18.21), сократилось с 95 в 2011 году до 80 в 2015. Незначительное сокращение игроков не сказалось на динамике нетто-выручки, которая выросла за тот же период с 18,5 до 51,5 млрд рублей. Прибыль от продаж выросла с 1,8 до 6,4 млрд. Пропорционально росли и другие финансовые показатели – размер оборотных и внеоборотных активов, дебиторская и кредиторская задолженность и т.д. Такая динамика может говорить о консолидации рынка – повышении объемов производства крупных игроков рынка и отсеивании слабых. Кроме того, косвенно это может свидетельствовать и о повышении платежеспособности промышленности, увеличивающей объемы заказов на спецодежду, а также о количественном расширении отрасли за счет расширения существующих промышленных производств и создания новых [4].

В то же время, среднесписочная численность работников в отрасли в течение рассматриваемого периода практически не изменилась: 49966 человек в 2011 году и 51754 человека – в 2015. Основываясь на полученных данных можно предположить, что увеличилась производительность труда, а также, что часть объема была произведена подрядчиками за пределами РФ, в частности в Китае.

Что же касается тенденций рынка спецодежды, здесь просматривается следующее:

- Стремление лидеров рынка закрепить позиции с основным акцентом на корпоративных продажах. Отмирание института посредничества, по целому ряду объективных причин способствует данным целям.

- Объединение ряда региональных компаний для консолидации закупок с целью получения значительных скидок от производителей продукции и увеличения маржинальной прибыли, а так же возможности маневрировать на понижении цен.

- Появление на рынке большого количества мелких компаний отмежевавшихся от крупных в результате распада.

- Выбор потребителя концентрируется на: недорогой и практичной одежде или по-настоящему качественной спецодежде по европейским стандартам. Из-за чего средний ценовой сегмент не менее интересной спецодежды российского производителя несет убытки.

- Крупные компании тратят большие деньги на содержание складов (большой ассортимент требует наличия складских помещений). При этом нереализованные своевременно товары, теряют на сегодняшний день ликвидность (соответственно компании испытывают нехватку оборотных средств) [5, с. 72].

Структура потребности основных потребителей на рынке средств защиты в большей степени складывается из потребности организаций и предприятий (Юридических лиц) и распределяется следующим образом. Спецодежда – 30%, Спецобувь – 30%, СИЗ – 30% (пропорция усреднена, но в целом характерна для общего понимания необходимой структуры ассортимента – если речь идет о комплексной потребности в средствах защиты), прочее 10% (сопутствующие товары).

При этом вместе с ростом конкуренции на рынке растут и требования потребителей. Основные характеристики, которым должна соответствовать спецодежда:

- гигиеничность – это одно из главнейших ее качеств. Гигиеничность достигается использованием в пошиве безвредных тканей и фурнитуры. Гигроскопичность тканей обеспечивается содер-

жанием в ней натуральных волокон. Такие ткани антистатичны, имеют высокую пропускаемость воздуха и испарений тела. Тело в такой спецодежде может «дышать свободно». Отсутствует парниковый эффект в процессе носки.

- рабочая форма, которую надевают на обычную одежду шьется из прочных тканей, которые устойчивы к механическому воздействию. Качественные характеристики тканей учитываются в зависимости от применения изделия. Они водо- или маслонепроницаемы, устойчивы к воздействию солнца, агрессивных сред (щелочь, кислота), износостойкие;

- экологичность спецодежды обеспечивается использованием безвредных красителей для ее окрашивания, такие красители не выделяют вредные вещества.

Что же касается Саратовской области, то, как в регионе с большим количеством промышленных предприятий, в ней рынок спецодежды процветает и постоянно развивается. Количество подобных предприятий, ориентированных именно на продажу спецодежды для сфер промышленного производства, согласно интернет-ресурсам составляет, примерно, 38 штук. Причем позиционируют на рынке все они себя по-разному. Но главный критерий, по которому их можно разделить – это производители и продавцы. При этом предприятий производителей в регионе больше, чем перекупщиков. Предприятия производители всегда имеют ряд преимуществ перед торговыми фирмами. Минус специализированные магазины, у оптовых заказчиков есть возможность купить спецодежду сразу у производителя или через дилеров, создав индивидуальный заказ. Цена производителя на спецодежду складывается из применения сырья и расходных материалов, которые используются при пошиве одежды специального назначения, а также учитывая применение и назначение спецодежды. Для каждого наименования одежды цена рассчитывается индивидуально.

Производители конкурируют друг с другом в большей степени, чем производители с торговыми компаниями. При этом конкуренция между производителями очень высокая, так как потребители обращают внимание на сроки доставки товаров, стоимость транспортировки и качество обслуживания, как в оптовой, так и в розничной торговле [2, с. 16].

Среди предприятий-производителей на рынке Саратовской области можно выделить основных, наиболее крупных: акционерное общество «Легпромресурс», группа компаний «Восток-Сервис», общество с ограниченной ответственностью «ОКРУГ».

Сравнения основных показателей компании представлены в таблице 1.

Таблица 1

**Сводная таблица показателей компаний**

Фирма	Ассортимент	Доля	Целевой сегмент	Цены	Отличительные особенности
ЛЕГПРОМРЕСУРС	Спецодежда, спецодежда, средства индивидуальной защиты, профессиональная одежда	13%	Спецодежда рабочих, военная форма, форма для пожарных	Низкие	Собственная производственная база, объем проведения НИОКР, высокий уровень подготовки персонала.
ВОСТОК-СЕРВИС	Более 1100 наименований спецодежда, средства индивидуальной защиты	13%	Спецодежда рабочих, одежда для отдыха в любых условиях	Ниже средних	Собственная производственная база, объединяющая швейные, прядильные и обувные фабрики.
ОКРУГ	Стильная форменная одежда и аксессуары	6%	Персонал частных охранных предприятий, а также одежда для корпоративных клиентов	Средние	Широкий выбор, высокое качество, стильный внешний вид моделей, функциональность изделий, цена

Таким образом, можно сделать вывод, что компании являются серьезные конкуренты. Они имеют сильный потенциал в области кадров, номенклатуры продукции. Все фирмы конкуренты пользуются хорошей репутацией, имеют высокое качество продукции и стабильную базу потребителей.

Группа компаний «Восток-Сервис» имеет явное преимущество за счет своего имиджа и размера, так как является крупнейшим в России и Европе разработчиком, производителем и поставщиком спецодежды.

Акционерное общество «Легпромресурс» ориентировано и отвечает всем требованиям ООО «Газпром газобезопасность».

Общество с ограниченной ответственностью «ОКРУГ» специализируется на разработке и производстве форменной спецодежды и аксессуаров для персонала частных охранных предприятий, а также создании коллекций одежды для корпоративных клиентов.

То есть каждое, из представленных предприятий, имеет свою ориентированность и отличительные особенности, что позволяет им эффективно работать и развиваться в условиях высокой конкуренции и непростой рыночной среды.

Из всего вышесказанного можно сделать вывод, что в настоящее время предприятия по производству спецодежды переживают определенные трудности, обусловленные их адаптацией к рыночным условиям и затянувшимся формированием механизма хозяйствования. Кроме того, в данной отрасли в последние годы наблюдается усиление конкуренции со стороны иностранных производителей. Но, не смотря на это, объем продаж в данной отрасли увеличивается с каждым годом. При этом количество предприятий почти не растет, но конкуренция среди давно действующих на рынке компаний, увеличивается.

Небольшой сравнительный анализ крупных предприятий Саратовской области показал, что стабильную эффективную работу фирмы в данных экономических условиях может обеспечить ориентированность под определённого потребителя, узкая направленность производства.

Что же касается мероприятий, направленных на увеличение объемов сбыта спецодежды, тут можно рассмотреть участие в торгах на электронных площадках. Здесь можно находить потребителей бюджетного или государственного типа, которые прибегают к закупке товаров посредством аукциона, так как согласно законодательству нашей страны большинство государственных закупок должно осуществляться только с использованием аукционов. Еще одним важным плюсом является возможность освоения рынков сбыта в других регионах.

Другим возможным мероприятием для увеличения сбыта может быть презентация товара для каждого потенциального предприятия-покупателя. Здесь имеется ввиду прямой контакт с возможными покупателями. То есть не электронные или телефонные предложения, а отправления сотрудника своего предприятия к предполагаемому покупателю с образцами тканей, коммерческими предложениями (конечно, только в случае получения разрешения на это данное мероприятие).

Еще одним мероприятием является добровольная сертификация продукции по эксклюзивным требованиям определенной отрасли. Каждая отрасль, например, газовая или нефтяная, имеет свои эксклюзивные требования к товару, которые, при этом, официально не являются обязательными. Прохождение такой сертификации предприятиями – потенциальными поставщиками товара добровольно дает им огромное преимущество перед конкурентами, не имеющими данной сертификации.

Также способом увеличения объемов сбыта спецодежды может быть разработка и внедрение в производство новых технологий, направленных на повышение качества спецодежды. Данное мероприятие является затратным, но сильно повышает конкурентоспособность и престижность предприятия. Например, всегда можно улучшать термостойкость, гидроустойчивость спецодежды, повышать степень ее комфортности.

Последним предложенным мероприятием может стать уменьшение себестоимости спецодежды за счет покупки сырья только отечественных производителей. Данный способ повышения объемов сбыта продукции является ненадежным, так как может сильно уменьшить конкурентоспособность мероприятия, но все-таки имеет место быть. Лидирующими мировыми производителями многих материалов, используемых в производстве спецодежды, являются зарубежные страны. Например, лучшие огнестойкие нитки производятся во Франции. Конечно, стоимость таких материалов намного выше, чем отечественных. Поэтому для понижения себестоимости готового товара можно отказаться от иностранных материалов и закупать отечественные, но тогда упадет и качество конечного продукта. Минус данного способа заключается в том, что не все крупные корпорации захотят приобретать такую спецодежду.

#### Литература

1. Гордашникова О.Ю., Плотникова С.А. Эффективность институциональных инструментов стимулирования инновационной деятельности // Сегодня и завтра Российской экономики. 2014. № 63. С. 13–17.
2. Бурмистрова И.К., Кублин И.М. Проблемы ориентации инновационного развития предприятий в нестабильных экономических условиях // Актуальные проблемы экономики и менеджмента. 2015. № 2(06). С. 11–17.
3. Кублин И.М. Организационно-экономические проблемы диверсификации производства: дис. ... канд. экон. наук. Саратов, 1997.
4. Маркетинговые исследования РосБизнесКонсалтинг РБК. URL: <http://marketing.rbc.ru/research> (дата обращения: 24.03.2017).
5. Шиндряева А.П., Ивер Н.Н. Товарное обращение в рыночной системе хозяйствования // Социальные науки. 2015. Т.1. № 6-1(9). С. 69–76.
6. [http://businesstat.ru/images/demo/workwear\\_russia\\_2016.pdf](http://businesstat.ru/images/demo/workwear_russia_2016.pdf) (дата обращения: 24.03.2017).

## **ПОНЯТИЕ И НЕОБХОДИМОСТЬ СТРАТЕГИЧЕСКОГО МЕНЕДЖМЕНТА ДЛЯ ОБЕСПЕЧЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ**

Одна из важных экономических проблем современного бизнеса заключается в стратегическом менеджменте. Ясная, хорошо обоснованная стратегия компании даст возможность не только избежать рисков, но еще и увеличить свои возможности, рационально воспользоваться собственными ресурсами и увеличить управляемость организации.

Тема стратегического менеджмента на сегодняшний день очень актуальна в нашей стране. Вы скажите почему? Потому что не одно предприятие не обходится без стратегий. Как считается из самого определения, стратегия – это предварительно спланированная реакция организации на изменение внешней среды, направлений её действий, выбранная для достижения желаемого результата [1, с. 56].

Масштабность, качество и содержание стратегии организации, стратегических решений и действий управленческого персонала во многом определяются стадией жизненного цикла предприятия.

Концепция жизненных циклов управленческого процесса изучалась и изучается многими поколениями менеджеров и экономистов. Например, такими как Л. Грейнер, И. Адизес. Каждый автор рассматривал теорию жизненных циклов организации со своей точки зрения. Л. Грейнер считал, что будущее организации зависит от ее истории, а не от внешних сил. На основании этого 1972 году он предложил первую модель жизненного цикла организации. Революция – бурный период в развитии организации, который предполагает пересмотра методов управления. Именно поэтому, организация из одной стадии своего развития к другой может пройти только через преодоление кризиса. Другой ученый И. Адизес более подробно рассматривает теорию жизненного цикла организации. Он выделил 10 этапов развития организации, это: ухаживание, младенчество, «давай-давай», юность, расцвет, стабильность, аристократизация, ранняя бюрократизация, бюрократизация, смерть [2, с. 97].

1. Этап «Ухаживание»: Данный этап характеризуется только лишь наличием идеи о возникновении организации.

2. Этап «Младенчество»: Данная стадия характеризуется отсутствием внутренней системы (контроля, мотивации).

3. Этап «Давай-давай»: Организация хорошо выполняет свои функции, что способствует ее росту.

4. Этап «Юность»: Стадию можно назвать новым рождением организации. Ее развитие должно происходить быстрее, чем развитие рынка.

5. Этап «Расцвет»: Организация на данном этапе достигает баланса, что способствует редкому вмешательству из внешней среды, также происходит наращивание инвестиционной привлекательности.

6. Этап «Стабильность»: Стадия характеризуется началом старения организации. В организации хороший психологический климат, но потребности потребителя удовлетворяются хуже.

7. Этап «Аристократизация»: На данной стадии отсутствуют новые идеи, характеризуется краткосрочным планированием, обстановка в компании напряженная.

8. Этап «Ранняя бюрократизация»: В организации происходят сложные структурные конфликты, что приводит к неудовлетворению потребностей потребителя.

9. Этап «Бюрократизация»: Организация полностью сосредоточивается на своих проблемах, что приводит к усложнению внутренней ее системы. Потребности клиента не удовлетворяются в полной мере.

10. Этап «Смерть»: Данная стадия характеризуется отсутствием ресурсов, следовательно, она не может выполнять свои функции, поэтому наступает смерть.

Таким образом, модель Ицхака Адизеса более точно описывает жизненный цикл организации, чем модели предыдущих авторов. Адизес не только затронул управленческие практики, но и элементы корпоративной культуры и организационного климата. Теперь следует рассмотреть механизм разработки стратегии развития с учетом стадий жизненного цикла организации [3, с. 129].

Каждый человек мечтает открыть собственное дело. Однако очень часто любые стремления или начинания могут разбиться о банальное отсутствие стратегии компании. Итак, под стратегическим менеджментом понимается – концепция и практическая деятельность по обеспечению конкурентоспособности и повышению эффективности управленческих решений путем разработки и реализации стратегии предприятия, при ведущей роли и ответственности за эту работу руководителя. Стратегии могут быть обоснованными лишь в случае применения к их исследованию научных подходов, методов системного анализа, прогнозирования и оптимизации.

В наше время было выявлено много различных определений стратегического менеджмента.

Ранее мы представили более широкое понятие стратегического менеджмента. Но есть более простое определение. Стратегическое управление – управленческая практическая деятельность, которая нацелена на результат достижения долгосрочных целей предприятия в условиях непростой, неустойчивой, регулярно меняющейся среды.

Стратегический менеджмент – это система управления организацией, в рамках которой исполняется комплекс работ высококвалифицированной команды управляющих-менеджеров, на основе стратегического анализа, разработки, реализации и контроля над осуществлением стратегии организации.

Можно отметить то, что объектами стратегического менеджмента являются, в первую очередь, стратегические и глобальные проблемы, с которыми сталкивается организация. Это касается всевозможных компаний, вне зависимости от их отраслевой принадлежности и характера бизнеса, которыми они занимаются.

Объектами стратегического менеджмента считаются компании, стратегические хозяйственные подразделения и многофункциональные зоны предприятий.

Предметом стратегического менеджмента считаются:

- трудности, которые непосредственно связаны с генеральными целями организации;
- проблемы и решения, связанные с каким-либо элементом организации, если этот элемент необходим для достижения целей, но в настоящее время отсутствует или имеется в недостаточном объеме;
- проблемы, связанные с внешними факторами, которые являются неконтролируемыми.

Проблемы стратегического менеджмента в целом появляются вследствие действия многочисленных внешних факторов. По этой причине, для того чтобы не допустить ошибки в выборе стратегии, немаловажно определить, какие финансовые, общественно-политические, научно-технические, социальные и прочие условия влияют на перспективы развития организации в будущем.

Стержень стратегического менеджмента предоставляет систему стратегий, включающих ряд взаимосвязанных конкретных предпринимательских, организационных и трудовых стратегий.

Согласно собственному содержанию стратегический менеджмент включает в себя целую деятельность достижений общего успеха. Таким образом, огромное внимание в стратегическом менеджменте уделяют маркетингу, финансам, инновациям, управлению персоналом, технологические процессы, интеграции. Так как стратегический менеджмент охватывает различные сферы деятельности предприятия, одной из его основных задач является согласование, объединение, взаимосвязь различных управлений в деятельности предприятия.

Функции стратегического управления, их возникновение сопряжено с распределением и специализацией труда. Стоит отметить, что все без исключения управленческие процессы организации осуществляются с помощью многофункционального распределения. Каждая функция обязана формировать подобные управленческие условия, с помощью которых обеспечивались бы наиболее результативные взаимосвязи среди элементов управляемой системы. Все функции управления взаимосвязаны и при этом вполне могут существовать по отдельности, они характеризуются особым характером и содержанием, осуществляются с помощью специальных приёмов и методов. Как правило, они акцентируются на следующих группах функций менеджмента: предприятие, мотивация, планирование, контроль [3, с. 135].

Функция организации способствуют объединению людей и средств, для того, чтобы достичь определённых целей. Организовать процесс можно двумя способами: разделить организацию на подразделения в соответствии с целями или делегировать полномочия, а затем объединить их в единую систему. Функция планирования подводит базис под все остальные функции, поскольку обосновывает и даёт понятие о том, какими должны быть цели и задачи организации, и что нужно сделать, чтобы этих целей достичь. Существующие типы планирования: стратегическое, тактическое и оперативное. Функция мотивации – комплекс мер для обеспечения мотивации труда, побуждения персонала к деятельности по достижению целей [4, с. 207].

Помимо этого, при выполнении стратегий компании одновременно с действиями направленными на усовершенствование конкурентной позиции предприятия формируется и ее ресурсная база. Ресурсная база предприятия формирует и её многофункциональные возможности, т.е. потенциал маркетинга компании, производства, научно-исследовательские и опытно-конструкторские работы, деятельность финансовой службы, а также навыки общекорпоративного управления.

Таким образом, стратегический менеджмент – это не просто масштабные долгосрочные цели и желание их достигнуть. Это еще и область специализированных научных знаний, методов анализа и принятия решений, приемов работы с персоналом предприятия и влияние на окружающую среду – конъюнктуру рынка, партнеров и конкурентов.

#### **Литература**

1. Жулина Е.Г. Понятие эффективности деятельности организации / Е.Г. Жулина // Актуальные проблемы и перспективы развития экономики, менеджмента и образования: Материалы II международной научно-практической конференции (г. Саратов, 21 октября 2015 г.). – Саратов: Институт исследований и развития профессиональных компетенций, 2015. – 136 с.
2. Модернизация современной экономики России: некоторые аспекты теории, методологии и практики: колл. монография / Е.А. Юрманова, Е.Г. Жулина, Р.К. Аблязов и др.; отв. ред. О.Б. Мизякина, Т.Л. Мягкова. – Саратов: ООО «Буква», 2014. – 172 с.
3. Развитие систем управления инновационными стратегиями бизнеса в экономике России: колл. монография / Е.А. Кряквина, Е.Г. Жулина, Н.А. Воронина и др.; под общ. ред. д-ра экон. наук доцента Е.Г. Жулиной. – Саратов: ИИРПК, 2017. – 163 с.
4. Хачатрян Г.А. Основы менеджмента: Учеб. пособие / Г.А. Хачатрян. – Саратов: Амирит, 2017. – 294 с.

**УДК 336.22**

***А.П. Москалёва, студент***

*Научный руководитель: Ю.Н. Иванова, преподаватель  
г. Тара, Тарский филиал Омского государственного аграрного университета им. П.А. Столыпина*

### **УЧЕТ РАСЧЕТОВ С БЮДЖЕТОМ В ООО «ОПХ ИМ. ФРУНЗЕ» ТАРСКОГО РАЙОНА ОМСКОЙ ОБЛАСТИ НА ПРИМЕРЕ НАЛОГА НА ДОХОДЫ ФИЗИЧЕСКИХ ЛИЦ**

Переход экономики России на принципы рыночного хозяйствования выявил острую необходимость реформирования всей финансовой системы страны и, прежде всего, налоговой сферы.

Налоги обеспечивают финансирование деятельности государства, являясь одним из главных источников его дохода. С помощью налогов содержится государственный аппарат страны, обеспечивается ее обороноспособность, поддерживается правопорядок, финансируются различные государственные программы и т.д. Поступают налоги в бюджет или другие денежные фонды государства.

В России действуют почти 20 налогов и сборов, без учета различных пошлин.

Особое место в ряду налогов, которые уплачивают физические лица, занимает налог на доходы физических лиц. Этот вид налога существует практически во всем мире. Это единственный налог, который существовал в нашей стране в годы советской власти, когда практически отсутствовала налоговая система.

Налог на доходы физических лиц является основным налогом, которым облагаются граждане Российской Федерации. Он имеет важное значение для бюджетного регулирования и казны государства. Объектом налогообложения выступает совокупный доход, полученный физическим лицом в календарном году на территории Российской Федерации, так и за её пределами [1, с. 34].

За последние годы схема подоходного налогообложения в России неоднократно менялась, но законодатели до сих пор не пришли к единому мнению о порядке взимания и размерах налога на доходы физических лиц.

Подоходный налог или НДФЛ по сравнению с другими видами налогов довольно «молод». Впервые он был введен в Англии в 1798 г. в виде утроенного налога на роскошь. Этот налог, построенный на чисто внешних признаках (обзаведение мужской прислугой, владение каретой и т.п.), действовал вплоть до 1816 г. При вторичном его введении в 1842 г. он уже отвечал основным критериям, положенным в основу принципа подоходного налогообложения.

В других странах НДФЛ стали применять с конца XIX – начала XX в.

Что касается России, то в 1812 г. был введен прогрессивный процентный сбор с доходов от недвижимого имущества, представляющий собой своеобразную форму подоходного налога. А специальный закон о подоходном налоге был принят лишь 6 апреля 1916 г., где наиболее полно воплотились принципы подоходного налогообложения.

Основными чертами новой системы налогообложения являются:

- отказ от прогрессивной ставки налога и введение единой минимальной налоговой ставки в размере 13% для большей части доходов физических лиц;
- значительное расширение применяемых налоговых льгот и вычетов;
- внесение изменений в определение налогооблагаемой базы.

ООО «ОПХ им. Фрунзе» Тарского района Омской области, как и другие предприятия, являясь юридическим лицом, уплачивает налоги. Специализацией данного предприятия является молочное скотоводство. ООО «ОПХ им. Фрунзе» Тарского района Омской области использует специальный режим налогообложения в виде единого сельскохозяйственного налога. В связи с этим не уплачиваются налог на прибыль организаций, налог на имущество и налог на добавленную стоимость. Предприятие уплачивает транспортный налог, налог на доходы физических лиц, страховые взносы в государственные внебюджетные фонды.

Водный налог не уплачивается в связи с тем, что потребление воды предприятием оплачивает Администрация Заливинского сельского поселения. Земельный налог не уплачивается, так как земельный участок находится в аренде и поэтому в качестве платы за землю выступает арендная плата.

В результате анализа сумм начисленных налогов за 2016 г. можно сделать вывод, что наибольшую долю составляют страховые взносы в государственные внебюджетные фонды. Наименьшую долю составляет ЕСХН. За 2014–2016 гг. суммы начисленных налогов немного возросли.

При взимании налога на доходы физических лиц ООО «ОПХ им. Фрунзе» Тарского района Омской области является налоговым агентом.

НДФЛ взимается у источника, то есть в момент выплаты работникам доходов, подлежащих налогообложению.

Налог удерживается из заработной платы работников, которая является объектом налогообложения. Уплачивается данный налог в Межрайонную инспекцию Федеральной налоговой службы № 2 по Омской области в г. Тара.

В таблице 1 отражены суммы начислений и уплаты в бюджет налога на доходы физических лиц в ООО «ОПХ им. Фрунзе» Тарского района Омской области за 2015–2016 гг.

Таблица 1

**Начисление и уплата НДФЛ в ООО «ОПХ им. Фрунзе» Тарского района Омской области за 2015–2016 гг., руб.**

Наименование налога	2015 год		2016 год	
	начислено	уплачено	начислено	уплачено
НДФЛ	675407	526469	791000	780000

Сумма НДФЛ в 2016 г. заметно увеличилась вследствие роста налоговой базы – заработной платы работников предприятия.

Однако наблюдается задолженность по НДФЛ. В связи с этим ООО «ОПХ им. Фрунзе» Тарского района Омской области начисляются пени и штрафы за несвоевременную уплату налога.

Задолженность в бюджет по НДФЛ на 1.01.2015 г. составляла 143 тыс. руб., на 1.01.2016 г. – 156 тыс. руб., на 1.01.2017 г. – 14 тыс. руб.

Учет расчетов с бюджетом ведется на счете 68 «Расчеты по налогам и сборам».

В ходе исследования расчетов с бюджетом в ООО «ОПХ им. Фрунзе» Тарского района Омской области были выявлены следующие проблемы:

- незаполнение в первичных документах обязательных реквизитов;
- неотражение в учете сумм начисленных пеней;
- несвоевременное оформление работниками заявлений на предоставление стандартных вычетов по НДФЛ;
- отсутствие на предприятии налогового планирования.

Для решения вышеуказанных проблем рекомендуем утвердить приказом директора формы первичных документов с заполнением обязательных реквизитов.

ООО «ОПХ им. Фрунзе» Тарского района Омской области следует отслеживать задолженность по налогам и сборам и изыскивать денежные средства для ее оплаты во избежание начисления пеней и штрафов.

Для обеспечения достоверного бухгалтерского учета необходимо учитывать пени. Начисление пеней отражается с помощью бухгалтерской проводки: Д 91 К 68.

Рассмотрев принципы и особенности ведения учета расчетов с бюджетом, предлагаем на предприятии составлять накопительную сводную ведомость для контроля за полным и достоверным начислением всех налоговых платежей за каждый отчетный период. Такая накопительная ведомость представляет собой своеобразный свод налоговых деклараций.

#### Литература

1. Апарышев И.В. Налог на доходы физических лиц // Аудиторские ведомости. – 2011. – № 4. – С. 33-42.
2. Налоговый кодекс Российской Федерации (часть вторая) от 05.08.2000 г. № 117-ФЗ (ред. от 28.12.2016 г.). – Режим доступа: <http://www.consultant.ru>

УДК 33

**З.А. Мурцалова, студент**

*Научный руководитель: Е.Н. Лепахова, канд. социол. наук, доцент  
г. Ставрополь, Северо-Кавказский федеральный университет*

## СУЩНОСТЬ ФИНАНСОВ КОРПОРАЦИИ И ИХ РОЛЬ В СИСТЕМЕ ФИНАНСОВ СТРАНЫ

Корпоративные финансы – это особый вид экономических отношений: совокупность связей формируется в условиях образования, перенаправления и целевого использования денежной массы, которая возникает как закономерный результат производства и реализации товаров либо оказания услуг.

Будучи важным звеном целостной системы, они:

- играют роль фундамента для построения источника доходов, способного субсидировать государственный бюджет;
- являются «нулевой точкой координат» при создании валового национального продукта;
- подготавливают почву для грядущей научно-технической революции.

Не вызывает сомнений и тот факт, что корпоративные финансы, помимо всего вышеперечисленного, также выполняют и функцию донора – именно с их помощью происходит наполнение «кошелька» домашних хозяйств (по сути, осуществляется спонсирование населения путём увеличения числа вакансий).

Наличие производственных фондов – одно из главных условий зарождения финансовых отношений. Однако, невзирая на то, что доля хозяйственного оборота корпораций давным-давно перевалила за 80%, на международном рынке сегодня присутствует менее семи десятков организаций, ведущих по-настоящему масштабную деятельность. Львиная доля субъектов юридического права – предприятия скромных размеров [4].

Так что корпоративные финансы – это прежде всего обособление собственности от управления (с обязательной централизацией капитала в руках директоров), а вовсе не запредельная концентрация мощностей. Кроме того, нужно понимать, что разделение полномочий между руководством и владельцами де-факто обеспечивает устойчивость хозяйственно-производственной структуры.

За последние 20-30 лет отношения между участниками не претерпели значимых изменений: как и прежде, имеют место две большие, но не равноправные группы, которые интегрированы в корпоративный организм и не могут существовать друг без друга. Их состав приведен ниже:

- менеджмент и крупные акционеры;
- «миноритарщики», а также собственники прочих ценных бумаг, деловые партнёры, ссудодатели и органы местной (федеральной) власти.

Экономическая интеграция предусматривает развитие одного из трёх сценариев:

1. *Вертикальное слияние*, то есть объединение нескольких компаний, задействованных в производстве определённого продукта (роль «товара» иногда отводится услуге). После заключения союза все этапы изготовления/предоставления чего-либо следуют друг за другом в рамках функциональных возможностей одной организации.



2. *Горизонтальное комбинирование* – финансовые отношения устанавливаются между однотипными предприятиями с целью повышения долевого присутствия на рынке и наращивания мощностей.

3. *Конгломератное «содружество»* – в корпорацию вливаются различные технологические линии. Цель – расширить ассортимент, дабы удовлетворить спрос и обеспечить более высокую стабильность денежных поступлений [3].

Объём продаж представляет собой некое количество средств или иных благ, аккумулированных за конкретный период времени: месяц, квартал, полугодие и так далее (имеется в виду «материализация» оказанных услуг и/или доход от реализации производимого товара).

Управление корпоративными финансами – это, в том числе, и ведение бухгалтерского учёта. И здесь возможны варианты:

- кассовый метод, в частности, основан на том, что позиционирует выручку как денежную массу, зафиксированную на счетах предприятия в момент проведения сверочной операции (при бартерных отношениях материальная выгода от торговой деятельности зачастую имеет форму продукта);
- схема начисления, в свою очередь, предусматривает, что контроль оборота осуществляется по факту, то есть суммы поступают в распоряжение компании, когда у потребителей возникают финансовые обязательства и тут же идентифицируются как прибыль.

Бухгалтерский учёт признаёт выручку как таковую при условии, что:

- её величина может быть конкретизирована;
- право на получение детально прописано в договоре;
- гарантирован рост доходов корпорации по итогам операции.

Принципы корпоративных финансов, лежащие в основе формирования прочных экономических связей, нельзя рассматривать отдельно от вопроса трансфертного ценообразования. Речь идёт о так называемой специальной стоимости товаров (сырья, услуг), которая устанавливается для родственных учреждений (организаций). Проще говоря, все структурные филиалы, стремясь к конечной цели, оперируют внутренними ценами на комплектующие и другие типы ресурсов. Таким образом решается задача о повышении прибыли как подразделений, так и всего предприятия в целом [2].

Сведения о трансфертных ценах подпадают под определение «коммерческая тайна», поскольку фактически устанавливают уровень «конкурентного предела» для выпускаемого итогового продукта.

Как уже ранее отмечалось, грамотная организация корпоративных финансов подразумевает своевременную постановку «диагноза» имеющейся отчётности. Анализ ликвидности – один из механизмов визуализации «степени жизнеспособности» структуры, занимающейся торговой и/или производственно-хозяйственной деятельностью. Он даёт представление о потенциале предприятия в разрезе краткосрочных обязательств: сможет или нет корпорация, реализуя доступные ей активы, выполнить обещания, данные партнёрам (кредиторам, заказчикам).

Для предварительного анализа используется специальная таблица покрытия и расчётные формулы коэффициентов текущей, быстрой и абсолютной ликвидности. Но полная диагностика требует учёта большого числа показателей и должна проводиться высокопрофессиональными кадрами.

Система корпоративных финансов нуждается в регулярном мониторинге. Даже кратковременные перебои в поступлении оборотных средств несут угрозу хорошо отлаженной схеме работы (особенно если в производственной цепи отсутствуют дублирующие структурные единицы).

С финансовой точки зрения устойчивость организации отвечает уровню её независимости от источников «пополнения казны». Таковых, как известно, существует два: собственный капитал и привлечённые инвестиции. Структура активов и пассивов определяется либо вычислением коэффициентов (автономии, маневренности средств и пр.), либо табличным сравнением. Но в любом случае в ходе анализа должен быть получен ответ на вопрос о величине финансового риска.

Деление оборотных ресурсов на внешние и внутренние необходимо в силу специфики отдельных производственных процессов. В частности, активы хозяйствующего субъекта целесообразно задействовать при круглогодичном цикле изготовления товаров и/или предоставлении услуг; запуск сезонных технологических линий выгоднее осуществлять путём «заимствования» мощностей и средств [4].

Рассмотрим такой аспект деятельности объединений, о которых идет речь, как соотношение интересов. Таковые могут иметь учредители корпорации, менеджеры, рядовые сотрудники. Интересы участников корпораций могут различаться, однако их объединяет то, что они делегируются конкретным человеком на вышестоящий уровень.

Сущность корпоративных финансов часто рассматривается с позиции капитализации (масштабов производства). Однако отличие от того же единоличного предпринимательства кроется несколько

ко в ином – в фактическом отделении (юридическом и функциональном обособлении) аппарата управления от группы учредителей. То есть деловая активность миноритарных акционеров, по сути, сведена к минимуму: они лишь голосуют за членов руководящего органа, которые вырабатывают стратегию будущего и ворочают миллиардами в интересах корпорации. Так как участники низшего звена ограничены в информации, выборы директоров, как правило, ограничиваются поддержкой предложений, исходящих от действующих управляющих.

Формирование, а также использование финансовых ресурсов не представляется возможным, если нет системы, которая всё организует и координирует. Управление подразумевает под собой достижение стратегических и/или тактических целей относительно функционирования самого предприятия. Особенности организации финансов предприятий включают в себя:

1. Формирование финансовых ресурсов, а также их оптимизацию.
2. Размещение капитала.
3. Анализ финансов предприятия и направление денежных потоков, что циркулируют по нему.
4. Управление процессом функционирования капитала.
5. Организация и управление отношениями с другими предприятиями, страховыми компаниями, бюджетами, банками и другими подразделениями финансовой структуры [1].

Вывод: абсолютное саморегулирование – истинное благо для предприятия с множеством структурных подразделений, ибо этот механизм позволяет избежать внутрикорпоративной бюрократии. В то же время сохраняется высокая вероятность злоупотреблений со стороны «временных, но несменных» боссов.

#### Литература

1. Балабанов И.Т. Риск-менеджмент: Учебник / И.Т. Балабанов. – М.: Финансы и статистика, 2014. – 192 с.
2. Герасименко О.А., Орлов А.А. Источники финансирования как ключевой элемент устойчивого финансового развития корпорации // Молодой ученый. – 2016. – № 1. – С. 335–340.
3. Шаринова Г.А. Финансовый механизм – активный элемент в системе управления финансами // Вестник КГУ. № 1 (17). 2013. С. 131.
4. Шаринова Г.А., Емельяненко М.П. Финансовый механизм в системе управления финансами // Молодой ученый. – 2013. – № 10. – С. 410–411.

УДК 368

**А.А. Мухамедзянова, студент**

*Научный руководитель: Э.Р. Ковалева, канд. экон. наук, доцент  
г. Казань, Казанский инновационный университет им. В.Г. Тимирязева*

## СТРАХОВОЙ НАДЗОР

Страховой надзор – это контроль деятельности страховых организаций со стороны специально уполномоченных государственных органов (органов страхового надзора), которые осуществляют лицензирование страховой деятельности, проверку деятельности страховых компаний, обществ взаимного страхования, страховых брокеров и других профессиональных участников страхового рынка, следят за их платёжеспособностью, разрабатывают рекомендации по формированию и размещению страховщиками страховых резервов, способствуют развитию страхования, в ряде случаев утверждают тарифы премий.

При нарушении страховщиками тех или иных нормативно-правовых актов, регулирующих их деятельность, органы страхового надзора могут применять к ним санкции (штрафы, приостановка или отзыв лицензии).

В 2014 году, после упразднения ФСФР и передачи практически всех её функций Банку России, ставшему мегарегулятором всех финансовых рынков РФ, страховой надзор и значительная часть страхового регулирования были переданы ЦБ. Проект создания финансового мегарегулятора был запущен ещё 4 марта 2011 года, когда президент Медведев подписал указ «О мерах по совершенствованию государственного регулирования в сфере финансового рынка». 24 июля 2014 года президент Путин подписал федеральный закон «О внесении изменений в отдельные законодательные акты РФ в связи с передачей Центральному банку РФ полномочий по регулированию, контролю и надзору в сфере финансовых рынков». В новой организационной структуре ЦБ РФ основная часть полномочий

по регулированию рынка страхования и страховому надзору передана ряду департаментов, находящихся в управлении первого заместителя председателя Банка России.

Проанализируем проводимые контрольные мероприятия ЦБ РФ за участниками страхового рынка. Данные по количеству действующих поднадзорных организаций за 2014–2015 гг. представлены в таблице 1.

Таблица 1

**Количество действующих поднадзорных организаций за 2014–2015 гг., ед.**

	По состоянию на 31.12.2014	По состоянию на 31.12.2015	Изменения в абс. показателях	Темп прироста
Субъекты страхового рынка (всего)	597	567	-30	-5,0
в том числе:				
Страховые организации	420	404	-16	-3,8
Общества взаимного страхования	12	12	0	0,0
Страховые брокеры	165	151	-14	-8,5

Как видно из таблицы 1, на конец 2015 года количество субъектов страхового рынка, поднадзорных ЦБ РФ уменьшилось на 30 единиц или на 5% по сравнению с концом 2014 года. На конец 2015 года количество страховых организаций, поднадзорных ЦБ РФ уменьшилось на 16 единиц или на 3,8% по сравнению с концом 2014 года. На конец 2015 года количество обществ взаимного страхования не изменилось. На конец 2015 года количество страховых брокеров, поднадзорных ЦБ РФ уменьшилось на 14 единиц или на 8,5% по сравнению с концом 2014 года. Уменьшение в абсолютных показателях по количеству связано с контрольными мероприятиями, проводимыми Центральным Банком РФ.

Что касается непосредственно контрольных мероприятий Центрального банка за деятельностью страховых компаний, то здесь следует отметить, что данный вид деятельности раскрывается Центральным Банком только в отчетности за 2014 год.

Таким образом, Служба по финансовым рынкам в 2014 году в адрес субъектов страхового дела направила 2747 предписаний и составила 1505 протоколов об административных правонарушениях. Служба по финансовым рынкам ведет также работу по приему обращений и жалоб юридических и физических лиц, число которых составило 14668 обращений. В результате чего было проведено 73 выездные проверки, приостановлено действие 43 лицензий, отозвано 58 лицензий, возобновлено действие 8 лицензий, решений об ограничении действия лицензий не принималось.

Как было отмечено ранее, страховой надзор и значительная часть страхового регулирования были переданы ЦБ только в 2014 году, поэтому проведем анализ мер надзорного реагирования за 2015 год в разрезе следующих видов субъектов страхового рынка:

- страховые организации;
- общества взаимного страхования;
- страховые брокеры.

Количество выданных лицензий за 2015 год составляет 66 лицензий, из которых 50 лицензий получили страховые организации, 1 лицензию -общества взаимного страхования, 15 лицензий – страховые брокеры.

Количество поднадзорных, допущенных на рынок за 2015 год составляет 24 единицы, из которых 8 страховых организаций, одно общество взаимного страхования, 15 страховых брокеров.

Меры надзорного реагирования ЦБ РФ:

- исключение из реестра страховых организаций;
- приостановление действия лицензии;
- ограничение действия лицензии;
- запрет на проведение всех или части операций;
- введение временных администраций;
- аннулирование квалификационного аттестата;
- предписание об устранении нарушений;
- постановление о привлечении к административной ответственности или о прекращении дела по малозначительности.

Таблица 2

## Сводные данные по мерам надзорного реагирования ЦБ РФ за 2015 год, ед.

Меры надзорного реагирования	Субъекты страхового рынка (всего)	Страховые организации	Общества взаимного страхования	Страховые брокеры
Количество выданных лицензий	66	50	1	15
Количество поднадзорных, допущенных на рынок	24	8	1	15
Исключение из реестров, в том числе:				
По заявлению	11	6	0	5
По ликвидации	2	1	0	1
В связи с реорганизацией	6	6	0	0
В связи с неосуществлением деятельности	7	1	0	6
За нарушение	28	11	1	16
В связи с отзывом банковской лицензии	0	0	0	0
В связи с неполучением бланка	1	1	0	0
С отменой решения о выдаче лицензии	0	0	0	0
За нарушение	28	11	1	16
В связи с отзывом банковской лицензии	0	0	0	0
В связи с неполучением бланка	1	1	0	0
С отменой решения о выдаче лицензии	0	0	0	0
Иные меры надзорного реагирования, в том числе:				
- приостановление действия лицензии	36	14	2	20
- ограничение действия лицензии	2	2	0	0
- запрет на проведение всех или части операций	0	0	0	0
- введение временных администраций	15	15	0	0
- аннулирование квалификационного аттестата	9	9	0	0
- предписание об устранении нарушений (ЦА)	1161	1107	9	45
- предписание об устранении нарушений (ТУ)	347	347	0	0
- постановление о привлечении к административной ответственности (ЦА)	51	51	0	0
- постановление о привлечении к административной ответственности (ТУ)	100	99	0	1
- постановление о прекращении дела по малозначительности (ЦА)	22	21	0	1
- постановление о прекращении дела по малозначительности (ТУ)	12	12	0	0

В общем по субъектам страхового рынка наблюдается следующая структура причин исключения страховых организаций из реестра: 50,9% за нарушения, 20% по заявлению, 12,7% в связи с неосуществлением деятельности, 10,9% в связи с реорганизацией, 3,6% по ликвидации и 1,8% в связи с неполучением бланка.

Структура причин исключения страховых организаций из реестра в общем по субъектам страхового рынка следующая: 1,8% по ликвидации и в связи с неполучением бланка.

Структура причин исключения обществ взаимного страхования из реестра в общем по субъектам страхового рынка следующая: 29,1% за нарушения, 10,9% в связи с неосуществлением деятельности, 9,1% по заявлению, наименьшая доля 1,8% по ликвидации.

Таблица 3

## Структура вынесенных предписаний и постановлений ЦБ РФ за 2015 год, %

Меры надзорного реагирования	Субъекты страхового рынка (всего)	Страховые организации	Общества взаимного страхования	Страховые брокеры
Вынесенные предписания и постановления, в том числе:	100,0	96,7	0,5	2,8
- предписание об устранении нарушений (ЦА)	68,6	65,4	0,5	2,7
- предписание об устранении нарушений (ТУ)	20,5	20,5	0,0	0,0
- постановление о привлечении к административной ответственности (ЦА)	3,0	3,0	0,0	0,0
- постановление о привлечении к административной ответственности (ТУ)	5,9	5,8	0,0	0,1
- постановление о прекращении дела по малозначительности (ЦА)	1,3	1,2	0,0	0,1

- постановление о прекращении дела по малозначительности (ТУ)	0,7	0,7	0,0	0,0
---	-----	-----	-----	-----

Как видно из таблицы 3, в общем по субъектам страхового рынка наблюдается следующая структура вынесенных предписаний и постановлений следующая: 68,6% предписание об устранении нарушений, 3% постановление о привлечении к административной ответственности, 1,3% постановление о прекращении дела по малозначительности.

Представим немного статистической информации, характеризующей страховой рынок в целом. По состоянию на конец 2015 года в едином государственном реестре субъектов страхового дела были зарегистрированы 344 страховщика, что на 72 меньше, чем в 2014 году и на 235 единиц меньше, чем в 2011 году, что наглядно представлено на рисунке 1.

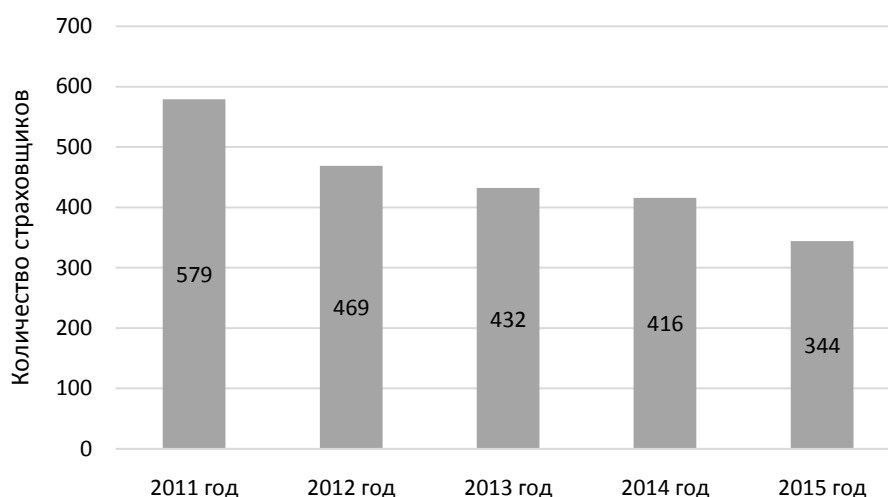


Рис. 1. Количество страховщиков за 2011–2015 года, ед.

Тенденция к снижению страховых организаций вызвана ужесточением с 1.01.2012 законодательных требований к уровню капитализации страховщиков, что явилось основной причиной увеличения их совокупного уставного капитала – на 12,2%, до 208,0 млрд руб.

Таким образом, в результате исследования страхового рынка наблюдается снижение количества страховщиков. Центральный банк России ведет активную работу по выявлению нарушений и принимает соответствующие действия, такие как направление предписаний и административных санкций. Также ведется работа с населением, организуются выездные проверки. Эффективным инструментом является лицензирование, что позволяет прекращать или приостанавливать деятельность недобросовестных участников страховых рынков, в целях повышения качества предоставляемых услуг.

#### Литература

1. Арабян К.К. Теория и методология финансового контроля: монография / К.К. Арабян. – М.: МЭСИ, 2012. – 115 с.
2. Колесов Р.В., Юрченко А.В. Система государственного финансового контроля РФ: проблемы и перспективы: Монография. – Ярославль: ЯФМФЮА, 2013. – 100 с.
3. Официальный сайт Центральный банк Российской Федерации [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.cbr.ru>
4. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.gks.ru>

## **ТЕХНОЛОГИИ МЕНЕДЖМЕНТА И МАРКЕТИНГА В РАЗВИТИИ ЭКОНОМИКИ РЕГИОНА**

Проблемы регионального развития, а именно тема регионального маркетинга часто поднимается в современных источниках российской научной литературы.

Однако рациональное использование потенциала экспорта со стороны маркетинговых аспектов в регионах изучены мало [1, с. 12].

На наш взгляд причина этому может быть в том, что маркетинг регионального уровня и разработка маркетинговых стратегий вывода регионов на внешний рынок для РФ принципиально новы.

Условия развития мирового хозяйства требуют ясного и четкого формулирования новых целей и задач маркетинговой деятельности региональных экспортеров, а также разработки эффективных способов их достижения и решения [3, с. 34].

Данная статья раскрывает некоторые подходы к проблеме регионального маркетинга.

Территориальный маркетинг направлен как за пределы, так и во внутреннюю среду и ориентирован на население территории, а также внешних субъектов, осуществляющих деятельность, оказывающую влияние на развитие данной территории.

Если грамотно интегрировать стратегию маркетингового развития в регионы, это окажет влияние на популяризацию региона, позволит продвинуть инфраструктурные проекты, обеспечить процесс коммуникации с группами экспертного характера, а также выстроить правильные отношения с потребителем как внутри региона, так и за его пределами [4, с. 102].

Современные технологии, внедряемые в ходе реализации интегрированных маркетинговых проектов, ориентированные на вовлечение различных групп аудитории в регионе, требуют высокого уровня компетенции, качественного сервиса и менеджмента. Проблема развития современных мегаполисов и прилегающих к ним территорий сегодня приобретает особую актуальность [4, с. 29]. Обусловлено это обстоятельство тем, что Россия развивается в условиях рыночной экономики не многим более 20 лет, имея «за плечами» преимущественно научные разработки в рамках теоретической базы и технологий продвижения территорий [2, с. 112]. Редким исключением являются регионы, которые более 10 лет реально в практическом преломлении развивают свои территории на концептуальной основе – г. Казань (Татарстан), Калужская область, Пермский край, г. Москва, г. Санкт-Петербург. Так, г. Санкт-Петербург, именуясь «Культурной столицей России» ежегодно проводит большое количество фестивалей, форумов, арт-проектов, которые уже являются частью экскурсионных туров и развивают событийный туризм [6, с. 65]. Специализированный сайт предлагает информацию о достопримечательностях всего Северо-Западного региона России, что расширяет географию и повышает информированность аудитории. Применительно к г. Ростову-на-Дону и Ростовской области можно отметить следующее: сильными сторонами этой территории можно считать устойчивую отраслевую экономику, крепкие позиции малого и среднего предпринимательства, готовность власти внедрять технологии комплексного продвижения – социальные инфраструктурные проекты, проекты событийного маркетинга [8, с. 11].

Мы провели эмпирические исследования регионов России и выявили основные цели маркетинга региона:

Сохранить или повысить конкурентоспособность предприятий, находящихся в регионе и направленных на экспорт;

Создать в регионе предприятия новых типов (например, пригласив к участию иностранный капитал) [3, с. 16];

Сформировать благоприятный имидж региона.

Чтобы достичь указанные цели регионами РФ, необходимо, во-первых, использовать экспортный потенциал регионов высокого и среднего уровня более рационально;

Во-вторых формировать и наращивать экспортный потенциал в регионах низшего уровня [7, с. 54].

Чтобы регион достиг предпочтительного уровня в решении поставленных целей, необходимо определиться с инструментарием комплекса маркетинга:

1) Рассмотреть недостатки или преимущества в конкретном регионе.

- 2) Обратить внимание на территориальное расположение региона.
- 3) Учесть расход покупателя на товары и услуги региона, которые связаны с бизнесом на его территории и расход потребителя на приобретение экспортирующими организациями продукции.
- 4) Определить действия, направленные на продвижения положительных моментов региона с целью создать внутренне и внешне благоприятное отношение к региону, продукции, которая выпускается на его территории, условиям бизнеса.

Наиболее актуальной технологией регионального маркетинга на сегодняшний день мы хотели бы назвать брендинг. Так при формировании стратегии маркетинга с целью развития региона может использоваться технология «жизненного цикла бренда».

К данной технологии можно отнести следующие этапы:

- 1) Узнаваемость региона (использование логотипа, фирменного образа и элементов, цветовых решений, символов бренда и слоганов).
- 2) Информация о регионе (ключевые тезисы коммуникации и сообщения, которые транслируются из разных источников, имея одинаковые послания – «месседжи».)
- 3) Осведомленность о регионе (комплексы действий и мероприятий, демонстрирующих «ценность», уникальность территории, важность ее использования).
- 4) Доверие, вовлеченность, лояльность к региону. (Активности, действующие на внутреннего и внешнего потребителя, запускающие необратимые само формирующиеся процессы, ретранслирующие информацию и формирующие отношение в геометрической прогрессии)
- 5) Стимуляция обращений (инфраструктуры событий, взаимодействий на этом этапе должны работать системно и качественно, демонстрировать высокий уровень сервиса и современный менеджмент процессов. В данном случае формируется привязанность и желание повторного взаимодействия [8, с. 78]).

Эти первоначальные этапы могли бы стать системной технологией стратегии маркетинга в долгосрочной перспективе на период от 7 до 10 лет.

Качественная коммуникация является содержанием технологии маркетинга территории и играет значительную роль [4, с. 203].

В данном контексте мы можем сказать о технологии комплексной интегрированной маркетинговой коммуникации, которая ответила теории маркетинга в сложности продвижений товара или услуги на рынке в настоящее время.

Так, например, в городе Ростове на Дону проходил фестиваль мотивационного кино и спорта «Bridge of Arts», где применялась технология интегрированной маркетинговой коммуникации. Ее целью было обеспечение взаимодействия участников фестиваля и потребителя извне для того, чтобы были решены задачи маркетинга территории региона Ростовской области [3, с. 58].

– Были привлечены медийные лица – продюсеры, режиссеры, актеры, проводились панельные дискуссии в рамках делового форума, что способствовало разработкам стратегий развития кино кластера в Ростовской области.

– Было организовано взаимодействие известных персон участников – актеров, спортсменов и СМИ, проведены пресс-конференции различных тематик, что позволило создать серии информационных поводов и как следствие, стимулировать большой объем публикаций.

– Проведение экскурсий и мероприятий, охват нескольких районов области, что позволило отразить культуру, этнос, спортивные достижения, возможности кинематографа региона. Этим была сформирована лояльность и осведомленность гостей.

Благодаря упоминаниям и описаниям событий участники фестиваля на протяжении месяцев попадали в трансляции репортажей и интервью.

– Были организованы разнообразные спортивно-массовые мероприятия, открытые встречи, кинопоказы, что позволило привлечь на мероприятие молодежь, проживающую в других городах области. Активный ретранслятор – молодежь обеспечил молниеносное распространение информации в сетях Интернета.

Нужно отметить, что интегрированные коммуникации успешно продвинули фестиваль и регион Ростовская область, что привело к увеличению объемов трансляций и ретрансляций во внешнюю среду, способствовало установлению новейших связей субъектов проекта [5, с. 75].

Таким образом представляем, что теория маркетинга в управлении территорией является ключевым показателем успеха, обеспечивает максимальное удовлетворение потребностей жителей региона в плане общественных благ и услуг, создает отличные условия для проживания в отличии от других территорий, в связи с чем жители стремятся развивать коммерческую и некоммерческую деятельность.

Поскольку региональная экономика открыта и все время существует необходимость повысить качество и конкурентоспособность экспорта продукции, основные усилия многих российских регионов необходимо направить на то, чтобы сформировать позитивный имидж [6, с. 167].

Для выполнения этой цели мы хотим предложить обратить внимание на маркетинг как на технологию обеспечения конкурентных преимуществ региона.

Мы предлагаем план по созданию имиджа региона привлекательным и позитивным. Цель данного плана – создать целенаправленное и планомерное продвижение в общественное сознание нового взгляда на регион, демонстрирующий открытость своей территории для деловых контактов и позволяющий внешним субъектам удостовериться в реальности имеющихся конкурентных преимуществ.

Мы считаем, что этот план должен включать ряд следующих мероприятий:

- публикации в зарубежных и отечественных средствах массовой информации материала о регионе и его возможностях экспорта;
- разрабатывание и организации представлений региона в сетях Интернет, создания сайтов на иностранных языках;
- подготовка информации на электронном носителе, содержащей в себе презентацию предприятий-экспортеров, их сильных сторон;
- разрабатывание так называемого паспорта инвестиций субъекта РФ, включающего обширную базу информации о существовании инвестиционных площадей;
- осуществлять крупные рекламные кампании (с последующими переводами их в русло постоянных возобновляемых усилий) для информационного обеспечения иностранных инвесторов пакетом предложений по наиболее интересным региональным проектам;
- организовывать и участвовать в тематических конференциях, форумах, совещаниях по обмену опытом решения социально-экономических проблем региона, в том числе с участием и при содействии международных ассоциаций делового сотрудничества;
- участвовать и организовывать различные ярмарки и выставки;
- осуществлять прямую рассылку предложения о сотрудничестве и проектах, проводимых в регионе и имеющих перспективы;
- проводить PR-кампании;
- предоставлять информационные услуги для потенциальных покупателей продукции региона.

Таким образом, чтобы сформировать позитивный имидж региона, необходимо потрудиться, поскольку данный процесс не может быть автономным. Создание благоприятного имиджа региона возможно при условиях сотрудничества высших руководителей региона с руководителями предприятий, сотрудниками и рабочими региональных предприятий и жителями данной территории, а технологии маркетинга станут незаменимыми инструментами в этом процессе.

#### Литература

1. Выгодская Э.Г., Колпакова Н.П. Маркетинг. – М.: ГИОРД, 2012.
2. Годин А.М. Маркетинг: Учебник. – М.: Дашков и Ко, 2010.
3. Ибрагимов Л.А. Маркетинг: Учебник. – М.: Дело, 2008.
4. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент. Экспресс-курс. 2-е изд. / пер. с англ. под ред. С.Г. Божук. – СПб.: Питер, 2010.
5. Крылов А. Н. Маркетинг региона и его влияние на развитие региональной экономики // Актуальные проблемы структурной перестройки экономики России. – Абакан: Издательство Хакасского государственного университета им. Н.Ф. Катанова, 2007. С. 73–77.
6. Мурахтанова Н.М., Еремина Е.И. Маркетинг: Учебник. – М.: Академия, 2014.
7. Панкрухин А.П. Маркетинг территорий: Учебник. – СПб.: Питер, 2012.
8. Панкрухин А.П. Маркетинг: Учебник. – М.: Омега-Л, 2013.



## **АКТУАЛЬНЫЕ АСПЕКТЫ ПОЗИЦИОНИРОВАНИЯ РЕГИОНОВ**

Выделение территории в качестве не только субъекта, но и объекта рыночных отношений, ведет к необходимости применения маркетинговых инструментов в управлении территорией, то есть к региональному маркетингу. В широком смысле это означает продвижение интересов региона во внутренней и внешней среде и поддержание его положительной репутации.

По сути, задачей регионального маркетинга является проектирование территории, которая будет удовлетворять потребности целевых рынков. Маркетинг региона достигает успеха в том случае, если предпринимателям и жителям нравятся их территории проживания и деятельности, и в тоже время оправдываются ожидания инвесторов и других заинтересованных лиц.

Теоретики в сфере территориального маркетинга подчеркивают, что регион не может быть конкурентоспособен во всех секторах экономики, и успех в конкуренции связан с развитием тех из них, в которых у конкретного региона есть конкурентное преимущество. То есть способность региона конкурировать зависит от уникальных характеристик, которыми он наделен.

В связи с этим возрастает необходимость использования инструментов, позволяющих повысить конкурентоспособность региона и выделить его конкурентные преимущества. В качестве одной из таких технологий можно назвать инструмент регионального маркетинга – позиционирование регионов среди других регионов, а также на международных рынках.

Основоположники теории позиционирования определяли его как «создание для товара определенной позиции среди конкурирующих товаров, своеобразной ниши, которая нашла бы отражение в иерархии ценностей, созданной в сознании потенциального покупателя. Разработка такого имиджа товара, чтобы он занял в сознании покупателя достойное место, отличающееся от положения товаров – конкурентов». Основной принцип позиционирования состоит не в том, чтобы создавать нечто новое и отличное от других, а в манипулировании тем, что уже живет в умах потребителей, использовать уже имеющиеся связи [3, с. 15].

Ф. Котлер определяет позиционирование как «способ, при помощи которого продукт выделяется потребителями по его основным характеристикам, то есть то место, которое этот продукт, по мнению потребителей, занимает в сопоставлении с аналогичными продуктами, предлагаемыми на рынке соперниками» [2, с. 467]. Поскольку потребители перегружены информацией о товарах и услугах, они не могут каждый раз, принимая решение о покупке, оценивать каждое предложение. Чтобы упростить процедуру принятия решения о покупке, потребители делят товары и услуги на разные категории, то есть предлагаемые им продукты они мысленно «позиционируют».

Исходя из всего вышесказанного, можно сказать, что цель позиционирования состоит в том, чтобы помочь потенциальным покупателям выделить данный товар из числа его аналогов – конкурентов по какому-либо признаку и отдать предпочтение ему при покупке.

Регион является многогранной субстанцией, сложным товаром, наделенным большим числом атрибутов и имеющим широкий круг потребителей. В связи с этим на практике при позиционировании региона возникают две основные проблемы:

- проблема эффективного выделения конкурентных преимуществ региона;
- проблема определения целевой аудитории.

В процессе позиционирования возникает вопрос о том, какие атрибуты способствуют повышению конкурентоспособности данного региона, как ими управлять, и на кого ориентирована стратегия позиционирования.

Позиционирование региона – это положение, которое он занимает на рынке в восприятии потребителей территории, а также продвижение в целевых группах таких региональных характеристик, которые позволяют достичь намеченной позиции [1, с. 48]. Основная задача позиционирования – сделать региона понятным и узнаваемым.

Так, можно сформулировать следующее определение понятия «позиционирование региона»: это процесс формирования образа региона в сознании целевой аудитории таким образом, чтобы он как можно более выгодно отличался от образов территорий – конкурентов, для чего используются как реальные, так и воображаемые его характеристики.

Позиционирование – это важная стратегическая концепция, оно тесно связано с предложением ценности региона, то есть с причинами, по которым потребители выбирают конкретный регион, а не его конкурентов. Позиционирование – это способ донести стратегию регионального развития. Оно позволяет регионам и центру понять, на каких направлениях деятельности и рынках сбыта данному региону целесообразно играть роль лидера отечественной экономики, на каких – действовать в режиме партнерства, а с каких – уйти.

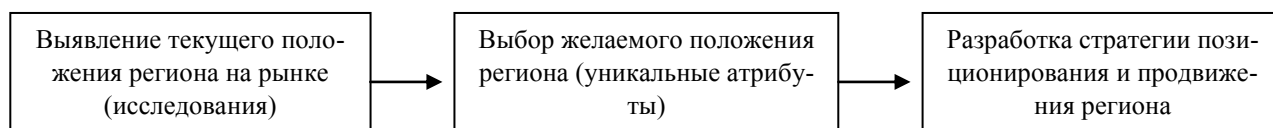
В условиях обостряющейся территориальной конкуренции особенно возрастает роль позиционирования регионов. Если раньше власти региона отвечали преимущественно за решение основных производственных задач, то теперь региональные органы власти становятся главным ответственным лицом за социально-экономическое развитие региона, стремясь нацелить деятельность на устойчивое развитие и создание благоприятной среды в регионе.

Для успешного позиционирования со стороны региона требуются:

- привлекательность для целевой аудитории;
- концентрация на нескольких уникальных атрибутах;
- отличие данных атрибутов от характеристик других регионов;
- нацеленность на долгосрочный период времени;
- гибкость и последовательность в реализации стратегии.

В связи с тем, что регион имеет более сложную структуру, процесс позиционирования региона является более трудоемким и требующим дополнительных маркетинговых исследований.

Основой процесса позиционирования региона является сложившийся в теории процесс позиционирования товара или услуги. При этом необходимо учитывать многогранность понятия «регион» и особенности регионального развития при осуществлении позиционирования региона (рис. 1).



**Рис. 1. Процесс позиционирования региона**

#### 1. Выявление текущего положения региона на рынке.

Начинать позиционирование региона следует с понимания позиции, которую в действительности занимает регион в сознании потребителей региона. На первом этапе можно выделить следующие шаги определения текущего позиционирования региона:

- анализ позиции конкурирующих регионов;
- определение реальных возможностей региона;
- выявление региональных атрибутов (характеристик);
- присвоение значимости атрибутам региона;
- определение текущего положения региона и конкурирующих регионов по значимым атрибутам;
- формулирование выводов путем построения карты позиционирования.

#### 2. Выбор желаемого положения региона (уникальные атрибуты).

Когда положение различных конкурирующих регионов и местоположение идеального для потребителей варианта были определены правильно, можно установить, какая позиция является желательной для региона. На данном этапе принимаются два ключевых решения: выбор целевого рынка (и, следовательно, круга вероятных конкурентов) и определение конкурентных преимуществ или отличий от конкурентов. Эти решения принимаются на основе привлекательности целевых сегментов и сильных сторон региона в области управления и развития.

#### 3. Разработка стратегии позиционирования и продвижения региона.

После определения текущего положения региона и направленности его развития рассматриваются несколько основных стратегических альтернатив:

- укрепление существующей позиции (например, сохранение существующей конфигурации уникальных атрибутов региона и коммуникаций);
- постепенное репозиционирование (например, реконструирование имиджа региона для еще большего приближения к желаниям потребителей);
- радикальное репозиционирование (например, выделение совершенно новых атрибутов привлекательности региона для адаптации предложения к желаниям потребителей).

Таким образом, позиционирование региона предполагает проведение глубоких маркетинговых исследований, направленных на понимание того, как потребители региона воспринимают предложенные уникальные атрибуты региона, какие параметры, по их мнению, являются наиболее важными. Поэтому региональные власти должны выискивать резервы предоставления дополнительных пользы и благ своим потребителям, а также определять наиболее эффективные стратегии позиционирования региона.

Позиционирование – это, прежде всего, борьба за сознание потребителя посредством инструментов маркетинга. Если применить классическую концепцию позиционирования к регионам, то окончательным результатом позиционирования региона станет успешное создание предложения о ценности территории на основе выделения нескольких отличий региона, дифференцирующих его от конкурентов.

#### Литература

1. Арженовский И.В. Маркетинг регионов / И.В. Арженовский. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015. – 135 с.
2. Котлер Ф. Маркетинг: гостеприимство, туризм: учебник / Ф. Котлер. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015. – 1071 с.
3. Райс Эл., Траут Дж. Позиционирование: Битва за узнаваемость / Эл. Райс, Дж. Траут. – СПб.: ПИТЕР, 2013. – 256 с.

УДК 338.001.36

**Н.И. Найденова, В.М. Северин, студенты**

*Научный руководитель: Е.А. Бритикова, канд. социол. наук, ст. преподаватель  
г. Краснодар, Кубанский государственный аграрный университет им. И.Т. Трубилина*

### **ИННОВАЦИОННАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ В РАЗВИТИИ СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА КРАСНОДАРСКОГО КРАЯ (НА ПРИМЕРЕ АГРОХОЛДИНГА «КУБАНЬ»)**

Опыт экономически развитых стран показывает, что инновационная политика в настоящее время становится основным элементом аграрной политики государства в целом. Потребность в её формировании и реализации существенно увеличилась: на ее основе формируются главные стратегии развития сельского хозяйства, цели, задачи и механизмы поддержки инновационных программ и проектов.

Аграрная политика должна ориентироваться на эффективное применение научно-технического потенциала страны, увеличение значимости отраслевой науки в совершенствовании агропромышленного производства, обеспечение конкурентоспособности продукции отрасли. Государственная инновационная политика предполагает комплекс мероприятий, реализация которых приведет к ускорению научно-технического прогресса и формированию аграрной экономики инновационно-инвестиционного типа. Все они без исключения основываются на общей концепции развития агропромышленного производства на ближайшую и среднесрочную перспективу [5, с. 30–32].

Краснодарский край является регионом, обладающим развитым инновационным потенциалом. В крае активно развивается законодательная база, нацеленная на регулирование инновационных процессов, действуют научно-исследовательские центры, оказывается интенсивная поддержка органами местной власти.

В статье рассмотрены вопросы эффективности инновационных преобразований сельского хозяйства Краснодарского края. Проведено исследование современного состояния инновационной деятельности АгроХолдинга «Кубань» Усть-Лабинского района. Проведен анализ объема инвестиций, количества инновационных проектов, научного и инженерного персонала предприятия «Кубань».

Высококачественное усовершенствование производства в рыночной экономике осуществляется в форме инноваций, составляющих основу инвестиционного процесса. Развитие спроса, его диверсификация приводят к необходимости разработки новых продуктов и технологий. Безусловно, для этого требуется привлекать новейшие достижения науки и техники [1, с. 21–25].

Инновация – это конечный результат инновационной деятельности, выраженный в виде нового или усовершенствованного продукта, внедренного на рынке; новейшего или усовершенствованного технологического процесса; нового метода реализации социальных услуг.

Тенденции современного развития подтверждают, что инновации становятся основным условием для развития общества и государства. Экономика нынешних индустриально развитых странос-

новывается на знаниях и опыте людей, которые материализуются в виде новейших технологий. Большая часть инновационных разработок принадлежит к областям инновационной деятельности, связи, транспорта, здравоохранения и экологии.

Краснодарский край занимает центральное место в Южном Федеральном округе, что обуславливается значительно высокими показателями развития по сравнению с другими регионами. С целью перехода на более эффективную модель экономического роста необходимо стимулирование развития науки и инноваций, а кроме того повышение конкурентоспособности выпускаемых товаров за счет коммерческого использования инновационных технологий.

В соответствии с этим, в Таблице 1 приведены показатели инновационной активности в Краснодарском крае [4].

Таблица 1

**Показатели инновационной активности в Краснодарском крае**

Показатель	2013 г.	2014 г.	2015 г.	Абсолютное отклонение 2015 к 2013 г.
Число обследованных предприятий	1021	978	1071	50
Количество предприятий, осуществляющих инновационные работы	53	60	65	12
Уровень инновационной активности организаций, %	5,4	6,2	6,1	0,7
Объем производства инновационной продукции, млн. руб.:	6040	5054	3837	-2203
– отгруженные товары и выполненные работы в общем объеме, %	1,7	1,4	0,7	-1
Затраты на технологические, маркетинговые и организационные инновации, млн. руб. из них:	727	1540	3763	3036
– технологические, %	91,5	97,9	98,8	7,3
– маркетинговые, %	5,3	0,1	0,3	-5
Источники финансирования инновационных проектов и разработок, %:				
– собственные средства	70,6	95,9	64,0	-6,6
– кредиты и займы	27,4	3,5	9,8	-18,6
– средства федерального бюджета	10,5	25,9	24,9	14,4
– бюджет края и местные бюджеты	0,9	0,1	0,3	-0,6

Согласно Таблице 1 в Краснодарском крае наблюдается положительная динамика развития региональной инновационной системы, о чем свидетельствует рост организаций, принимающих участие в инновационной деятельности. Финансирование инноваций за счет средств федерального бюджета увеличивается, но все же большая часть инновационных работ осуществляется за счет собственных средств организаций.

Обладая уникальным транспортно-транзитным потенциалом, богатыми промышленными ресурсами с целью промышленного развития, а также благоприятными для отдыха и сельского хозяйства природно-климатическими условиями, Краснодарский край применяет собственные возможности не в полном объеме. На долю края приходится 6,2% внутреннего регионального продукта, 6,1% всех основных фондов страны, 8,7% инвестиций в основной капитал, 7,4% внешнеторгового оборота [2, с. 21–23].

Одним из главных направлений инновационной деятельности Краснодарского края является биомедицина и биотехнологии на базе генной инженерии и молекулярной биологии.

Образцом такого рода технологии является внедрение программы импортозамещения животноводческой отрасли.

Агрохолдинг «Кубань» – российская сельскохозяйственная компания со штаб-квартирой в Усть-Лабинске (Краснодарский край), входит в группу «Базовый Элемент» Олега Дерипаски.

Ключевыми направлениями деятельности компании считаются растениеводство, животноводство, производство сахара, семеноводство, переработка и хранение зерна, мясопереработка.

Земельный банк компании на 18 марта 2015 года составляет 94 000 гектаров.

В структуру компании входят молочные и животноводческие фермы, сахарный завод, зерновые элеваторы, предприятия по подработке семян, а также многофункциональный сервисный центр по обслуживанию и ремонту сельскохозяйственной техники.

Выручка компании в 2015 году составила 10 млрд рублей (в 2014 году – 7,3 млрд рублей), чистая прибыль – 2 млрд рублей (в 2014 году – 1,1 млрд рублей).

В 2014 году компания построила завод по мясопереработке мощностью 8,4 тыс. тонн переработки мяса в год и свиноварный комплекс на 50 тыс. голов.

В конце октября 2015 года подписан договор с французским производителем семян Maisadour о создании совместного предприятия в России, согласно которому Maisadour намерен в течение 3–5 лет вложить 16–20 млн евро в производство, орошение, селекцию и оборудование для селекционного центра в России.

В ноябре 2015 года компания окончила строительство и ввела в эксплуатацию молочно-товарную ферму на 800 голов в Новокубанском районе. Суммарные инвестиции в проект составили более 300 млн рублей, среди которых 230 млн рублей – кредитные средства Сбербанка. Предполагаемый период окупаемости – 8 лет.

Производственная деятельность АгроХолдинга «Кубань» основывается на современных научных и инженерно-технологических разработках. АгроХолдинг «Кубань» обладает собственной научно-технической лабораторией, которая занимается селекцией сельхозкультур, а также апробирует и внедряет уникальные для России технологии в растениеводстве и животноводстве.

АгроХолдинг «Кубань» считается крупнейшим работодателем в Усть-Лабинском районе Краснодарского края. На сегодняшний день на предприятиях компании работает около 5 000 человек.

АгроХолдинг «Кубань» объединяет как специалистов, обладающих большим опытом работы в агропромышленном комплексе, так и молодых перспективных специалистов.

Постоянный рост компании и развитие новейших течений гарантируют работникам возможности для профессиональной и личной самореализации и карьерного роста.

Инвестиционные проекты АгроХолдинга «Кубань» ориентированы на достижение стратегических целей компании по повышению эффективности производства и развитие производства продукции с высокой добавленной стоимостью [3, с. 1244–1259].

Начиная с 2008 года АгроХолдинг «Кубань» реализовал 5 крупных проектов greenfield. Были созданы и введены в эксплуатацию мясоперерабатывающий комплекс, два свиноводческих комплекса на 25 и 52 000 голов, одна из крупнейших в ЮФО молочно-товарных ферм «Кубань» и наикрупнейший в Европе multifunctional сервисный центр им. В. Губарь. Помимо этого, компания продолжает реализацию поэтапной масштабной программы, нацеленной на модернизацию и увеличение мощности сахарного завода «Свобода».

В феврале 2014 года АгроХолдинг «Кубань» запустил программу импортозамещения в животноводческой отрасли. Проект ускоренного воспроизводства высокопродуктивных коров голштинской породы так масштабно реализуется в России впервые.

Взяться за это новое и рискованное дело животноводов холдинга побудил дефицит племенного скота на российском рынке.

Ускоренное воспроизведение племенного стада способом трансплантации эмбрионов – это то, что на самом деле может помочь российскому животноводству. Если метод будет применяться в масштабах страны, то он даст возможность уменьшить зависимость от импортного поголовья. Рынок племенного скота дефицитный, и приобретение высокопродуктивных животных за границей всегда обходилась весьма дорого. Технология трансплантации дает возможность уменьшить расходы и обеспечить российских производителей собственным племенным стадом.

Корова при обычном методе воспроизводства приносит одного теленка в год, а при применении способа трансплантации данная процедура ускоряется в разы. В роли «суррогатных матерей» выступают коровы айрширской породы. Они уступают голштинкам в продуктивности, но легче вынашивают здоровое потомство. Приживаемость эмбрионов в холдинге составляет 57%, что значительно выше среднемировых показателей – 50–53% для коров разных пород. Выживаемость телят-трансплантантов – 100%.

Первая телочка «из пробирки» появилась на свет на МТФ № 3 в ноябре 2014 года. Малышку назвали Журавушкой. Это был крепкий, здоровый теленок. В настоящее время она прекрасно себя чувствует.

С ноября в холдинге с помощью данного способа появились на свет 62 теленка, более половины из них (34) – телочки. Через два года они станут давать молоко, а его от одной коровы-первотелки голштинской породы можно получить более девяти тонн в год.

АгроХолдинг развивает программу трансплантации в рамках проекта по формированию своей научно-технической лаборатории, которая будет заниматься апробацией и внедрением современных и уникальных для России практик и методов в растениеводстве и животноводстве.

В 2014 году инвестиции в программу составили более 20 миллионов рублей, однако данные расходы целесообразны, т.к. применение метода трансплантации эмбрионов дает возможность уменьшить расходы издержки на обновление стада (по сравнению с импортом) на 30%, существенно ускорить данный процесс и в результате повысить рентабельность молочного животноводства.

Проведенный анализ инвестиционной деятельности АгроХолдинга «Кубань» показал, что он вложил в развитие предприятий агрохолдинга в 2016 году более 1,8 млрд рублей, что на 29% больше показателей прошлого года.

АгроХолдинг «Кубань» планирует инвестировать в развитие производства в Краснодарском крае 1,84 млрд рублей. Значительная доля средств пойдет на приобретение в собственность компании земельных участков, увеличение мощностей Ладожского кукурузокалибровочного завода (ЛККЗ), а также на завершение строительства оросительной системы «Рассвет».

Общий объем инвестиций компании на 2016 год превышает размер инвестиций прошлого года на 29%. Подобное повышение связано с тем, что в текущем году агрохолдинг собирается повысить земельный банк более чем на 4000 га. На расширение банка планируется потратить до 595 млн рублей.

В завершение строительства оросительной системы будет инвестировано 147 млн рублей, а в модернизацию Ладожского кукурузокалибровочного завода инвестируют 115,6 млн рублей.

Все капиталовложения агрохолдинга ориентированы на дальнейшее развитие бизнеса.

Кубань готова стать площадкой для внедрения новейших технологий в сельском хозяйстве. Планируется создать селекционно-генетический центр для животноводства. С помощью достижений науки, когда в регионе выводятся собственные виды пшеницы или на свет появляются телята от суррогатных матерей, зависимость от внешних рынков становится значительно меньше, что особенно важно в сложившихся геополитических условиях.

#### Литература

1. Бритикова Е.А. Тенденции развития и поддержки малого бизнеса в условиях кризиса // Современные тенденции развития экономики и управления: проблемы и решения: Материалы международной научно-практической конференции. 2016. С. 21–25.
2. Бритикова Е.А., Куршубадзе Р.З. Использование маркетинга территорий для повышения конкурентоспособности экономики муниципального образования // Сборник статей третьей международной школы молодых ученых в области экономики и права на юге России. 2016. С. 21–23.
3. Климова Н.В., Ларина Н.В. Механизм формирования и развития инвестиционной привлекательности промышленных предприятий Краснодарского края // Политематический сетевой электронный научный журнал Кубанского государственного аграрного университета. 2014. № 102. С. 1244–1259.
4. Концепция развития инновационной деятельности на территории Краснодарского края [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.innovation.gov.ru>
5. Ли А.С. Региональная инновационная система как эффективный механизм управления инновационными процессами территорий / А.С. Ли. – Ростов: Ростовский государственный экономический университет РИНХ. Июнь 2014. № 2 (46). С. 30–32.

УДК 338.242.2

**И.А. Нелаева, студент**

*Научный руководитель: О.А. Стародубцева, канд. экон. наук, доцент  
г. Новосибирск, Новосибирский государственный технический университет*

## АНАЛИЗ КОНКУРЕНТНЫХ ПРЕИМУЩЕСТВ ОРГАНИЗАЦИИ

В настоящее время в условиях жесткой конкуренции и быстро меняющейся экономической ситуации в России организации должны не только концентрировать внимание на внутреннем состоянии, но и успевать за изменениями, которые происходят в их внешнем окружении.

Конкурентное преимущество является базисом, от которого зависит уровень эффективности деятельности организации. Конкурентным преимуществом являются характеристики и свойства товара или услуги, обеспечивающие организации превосходство в чем-либо над своими конкурентами. Конкурентное преимущество позволяет фирме преодолевать силы конкуренции и привлекать покупателей [1]. Кроме того, основой выбора стратегии является достижение предприятием таких конкурентных преимуществ, которые позволили бы ему иметь рентабельность выше средней по отрасли или рыночного сегмента и удержать прочные позиции на рынке. Поэтому для удержания конкурентных преимуществ необходимо постоянно внедрять инновации, создавать продукцию, имеющую наибольшую ценность для потребителя [2, с. 19]. Необходимо использовать бенчмаркинг как метод получения дополнительных конкурентных преимуществ и повышения конкурентоспособности фирмы за счет изучения и оценки товаров, услуг и опыта производства и торговли компаний, признанных лидерами в своей отрасли [3, с. 238].

Важность и актуальность проблемы формирования конкурентных преимуществ и как следствие конкурентоспособности организации обусловили выбор темы исследования. Объектом исследования является цветочный салон «Элит-Флора».

Торговая деятельность цветочного магазина имеет различные особенности, связанные с функционированием организации, и отличается от других видов торговли. Цветы являются товаром, требующим особого отношения. Срезанные цветы являются хрупким товаром, полный срок хранения которого составляет двадцать дней при правильном температурном режиме. За этот промежуток времени необходимо успеть закупить цветы за границей, доставить, продать владельцу цветочного магазина, а ему, в свою очередь, реализовать их конечному покупателю. Минимизировать затраты от испортившегося товара помогает грамотное планирование ассортимента и закупки цветочного магазина. Кроме «срезки», в магазине продаются составленные букеты, горшечные растения, сувениры и подарки, керамика, грунт и другие сопутствующие товары. Расширение ассортимента магазина за счет нескоропортящегося товара, позволяет снизить издержки. Выручка цветочного магазина складывается из прибыли от продажи живых цветов, горшечных растений и прибыли, получаемой за счет продажи сопутствующих товаров (рисунок 1).



Рис. 1. Структура выручки от реализации товаров цветочного салона «Элит-Флора»

Наибольший удельный вес в структуре выручки от реализации товаров занимает продажа живых цветов («срезка») – 70%, далее – 20% продажа горшечных растений, и 10% занимает продажа сопутствующих товаров.

Начальным этапом оценки является сравнительный анализ цен на отдельные виды товаров организации, чаще всего пользующихся спросом покупателей (табл. 1). Главными конкурентами организации являются цветочные салоны «Орхидея» и «Симфония», цветочный магазин «Оазис».

Результаты сравнительного анализа цен свидетельствуют о том, что цены цветочного салона «Элит-Флора» по многим товарам являются самыми низкими в городе. Это связано с тем, что данный цветочный салон ведёт определённую ценовую политику. В среднем, наценка на весь товар составляет около 40%, тогда как наценка на аналогичный товар у конкурентов составляет 45–50%. В цветочном салоне «Элит-Флора» наценка на живые цветы составляет порядка 50%, у конкурентов не менее 60%. Это обусловлено тем, что магазин оснащён холодильной камерой, которая значительно продлевает жизнь цветка и снижает вероятность риска порчи. Низкая цена на такой вид «срезки», как гвоздика, по сравнению с конкурентами объясняется тем, что в магазине проводится бессрочная акция в целях рекламы салона, по которой минимальная цена срезки составляет 25 рублей.

Цены на отдельные виды продукции анализируемой организации и конкурентов представлены в таблице 1.

Таблица 1

Данные по ценам на отдельные виды продукции цветочных магазинов

Наименование товара	Цены, руб.			
	«Элит-Флора»	«Орхидея»	«Симфония»	«Оазис»
«Срезка» (живые цветы): роза	70-90	50-140	50-130	50-140
гвоздика	25	50	50	40
хризантема	90	110	100	110
лилия	210	300	300	270
тюльпаны	40	50	60	45
Горшечные растения: спатифиллум	от 110	от 130	от 130	от 100
драцена	от 150	от 160	от 160	от 150
каланхоэ	160	180	180	160

Сопутствующие товары: грунт универсальный	от 50	от 35	от 35	от 30
Семена цветов	5–25	5–40	15–50	5–25

Помимо цены, существует множество других факторов, которые влияют или сами являются конкурентными преимуществами организации.

Источники конкурентных преимуществ многообразны, однако чаще всего они основаны:

- на операционной эффективности, предполагающей выполнение схожих видов деятельности лучше, чем это делают конкуренты: качество и скорость обслуживания, качество продукции, часы работы и местоположение, более низкие издержки;
- на стратегическом позиционировании, основанном на преимуществе, недостижимом для конкурентов (ключевом конкурентном преимуществе). Это может быть уникальность услуги или товара, имидж организации или торговой марки, технологическое лидерство, уникальная комбинация видов деятельности.

В условиях «цветочной» конкуренции нашего города, можно выделить следующие значимые факторы, влияющие на преимущества исследуемой организации:

1) Ассортимент товара, характеризующий широту товарного ассортимента магазина. По ассортименту товара первое место из анализируемых организаций занимает цветочный салон «Орхидея», который имеет огромное количество сопутствующих товаров, а так же сувениров и подарков. По ассортиментной группе «срезка» лидером является цветочный магазин «Оазис», однако качество их товара ниже, чем у конкурентов. Обусловлено это, в первую очередь, отсутствием холодильной камеры в этом магазине. Салон «Симфония» имеет достаточно широкий ассортимент товара, специализируется на экзотической «срезке», оправдывая её наличие достаточно высокими ценами на остальной «живой» товар. Цветочный салон «Элит-Флора» придерживается проверенного ассортимента товара. Ассортимент достаточно разнообразен, но не огромен. Это позволяет снижать издержки, связанные с порчей товара. Кроме того, «Элит-Флора» работает по предварительным заказам и привозит практически любые виды цветов. Работа по предоплате гарантирует востребованность привезённых под заказ товаров.

2) Внешняя реклама – характеризует объем рекламы магазина в средствах массовой информации, на рекламных щитах по городу. На расходы, связанные с рекламой, приходится большой объем издержек в цветочном бизнесе. Наибольший объем рекламы имеют цветочные салоны «Симфония» и «Элит-Флора». Реклама периодически размещается на местном радио, визитки салона раздаются в местах с большой проходимостью граждан, на улицах города имеется два рекламных щита и два рекламных баннера.

3) Внутренняя реклама – характеризует наличие рекламы товаров внутри магазина. По наличию рекламы внутри магазина нельзя выделить ни одного конкурента.

4) Коммуникабельность персонала – это, прежде всего, работа персонала магазина с клиентами. Сотрудники «Элит-Флора» прошли внутреннее обучение по работе с клиентами (различные тесты и практические задания), администратор внимательно следит за качеством общения своих подчинённых с покупателями. Высоким уровнем коммуникабельности обладает так же персонал цветочного салона «Орхидея».

5) Наличие автомобильной парковки. Автомобильная парковка имеется около всех исследуемых организаций. Однако парковка около салона «Орхидея» является парковкой здания, в котором расположен магазин, и вследствие этого не всегда у посетителей есть возможность поставить машину на загруженную парковку. Около салона «Симфония» и «Оазис» (район старого города) парковка так же не очень удобна в связи с близостью автобусных остановок.

6) Количество посетителей в день, которое в первую очередь зависит от месторасположения магазина. Проходимость людей в районе старого города («Симфония», «Оазис») намного выше, чем в районе соцгорода («Элит-Флора», «Орхидея»). Вместе с тем, следует учесть, что «Элит-Флора» в данном случае делает ставку не на количество проданного товара в день, а на высокое качество проданных товаров, эксклюзивность и креативность подхода к составлению букетов и композиций, а так же работу с постоянными клиентами и крупными организациями города.

7) Размер торговой площади. По размеру торговой площади первое место занимает салон «Орхидея», на втором месте салон цветов «Элит-Флора», на третьем месте салон «Симфония», площадь которого практически равна площади магазина «Оазис», но технически оснащена намного лучше и комфортнее.

8) Дневная выручка. Достоверных данных по дневной выручке анализируемых организаций получить не удалось в связи с конфиденциальностью информации.



Исследование конкурентных преимуществ организации было проведено методом экспертных оценок (табл. 2). Оценка проводилась по трехбалльной шкале, при этом три балла присваивалось в случае, если организация наиболее полно отражала наличие данного фактора.

Таблица 2

**Балльная оценка конкурентных преимуществ салона «Элит-Флора»**

Факторы	Элит-Флора	Симфония	Орхидея	Оазис
Ассортимент товара	1	2	3	3
Внешняя реклама	3	3	1	2
Внутренняя реклама	3	3	3	3
Коммуникабельность персонала	3	2	3	1
Наличие автомобильной парковки	3	2	2	2
Количество посетителей в день	2	3	2	3
Размер торговой площади	2	1	3	1
Итого	17	16	17	15

На основании проведенной балльной оценки конкурентных преимуществ организации можно констатировать, что цветочный салон «Элит-Флора» не проигрывает своим основным конкурентам, несмотря на относительную молодость, и имеет преимущество по некоторым факторам. Салон «Элит-Флора» придерживается позиции «продать хорошо качественный товар», и, следовательно, ориентацию не на количество покупателей, а на высокое качество их обслуживания, высокое качество продаваемых товаров, а так же предоставление различных флористических и декораторских услуг, связанных с проведением свадеб, которые не предоставляют другие магазины.

Для повышения конкурентоспособности салона в первую очередь необходимо повышать привлекательность магазина в глазах покупателей и более рационально организовать торговый процесс. Основными направлениями повышения конкурентоспособности цветочного салона могут быть:

- расширение ассортимента товара с учётом потребностей покупателей;
- расширение флористических и дизайнерских услуг с учётом потребностей клиентов;
- установление более низких цен на продукцию, чем у конкурентов за счет снижения издержек;
- улучшение обслуживания клиентов;
- усиление рекламы и систем продвижения продукта;
- улучшение стимулирования сбыта.

Поэтому руководству предприятия надо ставить реальные цели, позволяющие усилить свои конкурентные преимущества хотя бы в какой-то одной сфере бизнеса, или в определенных бизнес-процессах, что, несомненно, в свою очередь, приведет к повышению конкурентных преимуществ [3, с. 248].

#### Литература

1. Портер, М.Э. Конкуренция / М.Э. Портер. – М.: Издательский дом Вильямс, 2010. – 592 с.
2. Стародубцева О.А. Стратегический менеджмент: Уч. пособие / О.А. Стародубцева. – Новосибирск: Изд-во НГТУ, 2007. – 144 с.
3. Стародубцева О.А. Значение применения бенчмаркинга для повышения конкурентоспособности предприятия // В мире научных открытий: Научный журнал. – Красноярск: Научно-исследовательский центр, 2013. – № 8. – С. 236–250.

УДК 339.1

*Д.А. Немцева, студент*

*А.В. Тагирова, преподаватель*

*г. Нижневартовск, Нижневартовский государственный университет*

## РЫНОК АПТЕЧНЫХ ТОВАРОВ ГОРОДА НИЖНЕВАРТОВСКА: ПРАВОВОЙ АСПЕКТ

Одним из динамично развивающихся секторов в экономике России является рынок услуг торговли лекарственными средствами, а также сопутствующими товарами. Это обусловлено постоянным спросом на данную товарную категорию, что в свою очередь является привлекательным фактором для инвестирования средств в данную отрасль.

Данный рынок характеризуется относительно постоянным растущим спросом, и количество аптекных учреждений так же регулярно изменяется.

В связи с тем, что лекарственные средства и изделия медицинского назначения являются специфическим товаром, необходимо рассмотреть нормативное регулирование самой деятельности и деятельности учреждений, осуществляющих торговлю лекарственными средствами.

Вся деятельность, связанная с обращением лекарственных средств в Российской Федерации, регламентируется Федеральным законом от 22 июня 1998 г. № 86-ФЗ «О лекарственных средствах» с изменениями от 30 декабря 2008 г. Так, в статье 32 (в ред. Федерального закона от 22 августа 2004 г. № 122-ФЗ) определяется порядок осуществления розничной торговли лекарственными средствами [4].

На территории Российской Федерации розничную и оптовую торговлю лекарственными средствами и медицинскими препаратами могут осуществлять только аптечные учреждения. К аптечным учреждениям относятся организации, которые осуществляют розничную торговлю лекарственными средствами, изготовление и отпуск которых производится согласно требованиям федерального законодательства [3]. Например, к аптечным учреждениям относят аптеки, аптечные пункты, аптечные киоски. И розничную, и оптовую торговлю разрешается осуществлять только теми лекарственными средствами, которые зарегистрированы в Российской Федерации.

Любое аптечное учреждение обязано обеспечить минимальный ассортимент лекарственных препаратов, который устанавливается федеральным органом исполнительной власти. Также в компетенции этого органа входит выработка государственной политики и нормативно-правовое регулирование сферы обращения лекарственных средств.

Осуществление контроля за деятельностью аптечных учреждений по соблюдению положений федерального закона возлагается на соответствующие министерства и иные федеральные органы исполнительной власти.

В городе Нижневартовске проверку аптечных учреждений осуществляют следующие органы исполнительной власти:

- Служба по контролю и надзору в сфере здравоохранения Ханты-Мансийского автономного округа – Югры (Здравнадзор Югры) (на предмет соблюдения лицензионных требований при осуществлении фармацевтической деятельности ст. 19 Федерального закона от 04.05.2011 99-ФЗ «О лицензировании отдельных видов деятельности» антикоррупционная деятельность);
- Главное управление МЧС России по Ханты-Мансийскому автономному округу – Югра Отдел службы контроля и надзора противопожарной деятельности в г. Нижневартовске;
- Управление Роспотребнадзора по Ханты-Мансийскому автономному округу – Югре;
- Прокуратура г. Нижневартовска.

Стоит отметить, что согласно федеральному закону от 22 июня 1998 г. № 86-ФЗ «О лекарственных средствах» аптечные учреждения могут реализовывать не только лекарственные средства и товары медицинского назначения, но и детское или диетическое питание, товары личной гигиены, оптику, косметическую продукцию [4].

Согласно статье 34 федерального закона № 86-ФЗ «О лекарственных средствах» (в ред. Федерального закона от 10.01.2003 № 15-ФЗ) фармацевтическая деятельность подлежит лицензированию в соответствии с законодательством Российской Федерации. Обязательными условиями для принятия решения о выдаче лицензии являются представление соискателем лицензий документов, которые подтверждают право соискателя лицензии на использование помещений в целях осуществления фармацевтической деятельности, наличие сертификатов у специалистов, осуществляющих фармацевтическую деятельность, а также санитарно-эпидемиологического заключения о соответствии помещений требованиям санитарных правил [4].

Получение лицензии регламентируется Федеральным законом от 04.05.2011 № 99-ФЗ (ред. от 30.12.2015) «О лицензировании отдельных видов деятельности» [5].

Соискатель лицензии для ее получения должен обратиться в лицензирующий орган с пакетом документов, в частности:

- заявление установленного образца;
- копии документов, содержащих полное наименование организации, организационно-правовую форму, адрес местонахождения, ЮГРН, ИНН;
- документ, подтверждающий факт уплаты государственной пошлины за предоставление лицензии.

Данный пакет документов соискатель лицензии может предоставить как лично, так и по средствам заказного почтового отправления или в электронном варианте.

Лицензирующий орган принимает пакет документов от соискателя и в случае правильно оформленных документов в течение сорока пяти рабочих дней принимает решение о предоставлении или отказе предоставления лицензии. За это время лицензирующий орган проверяет полноту и достоверность сведений, которые указаны в заявлении и предоставленных документах, а так же соответствие соискателя лицензионным требованиям.

В настоящее время в городе Нижневартовске по данным официального сайта города Нижневартовска торговлю лекарственными средствами осуществляет 36 аптечных учреждений. Несколько из них являются целыми сетями или имеют по несколько филиалов, 10 из 36 аптечных учреждений являются сетью аптек [2].

В городе Нижневартовске аптечные учреждения имеют разную форму собственности, преобладающей из которых является такая форма как «Общество с ограниченной ответственностью».

Согласно данным анализа федеральной антимонопольной службы в городе Нижневартовске коэффициент концентрации рынка аптечных услуг равен 78,84, что в свою очередь является высоким показателем [1]. То есть на рынке аптечных услуг нет высокой конкуренции. Как показывают наблюдения, аптечные учреждения различными способами привлекают к себе покупателей (недели здоровья, дополнительные возможности, дисконтные или накопительные карты, сезонные акции и скидки).

Таким образом, можно сделать вывод, что рынок услуг розничной и оптовой торговли лекарственными средствами, изделиями медицинского назначения и сопутствующими товарами города Нижневартовска достаточно концентрирован, что определяет на нем невысокую конкуренцию. В связи со специфичностью товаров, реализуемых аптечными учреждениями на осуществление торговой деятельности, необходима соответствующая лицензия, получение которой регламентируется законодательным актом. Аптечные учреждения города Нижневартовска регулярно проходят как плановые, так и внеплановые проверки органами исполнительной власти. Каждый федеральный орган исполнительной власти осуществляет проверку деятельности аптечного учреждения согласно своей компетенции. В качестве тенденций развития исследуемого рынка можно предположить, что крупные аптечные сети будут поглощать единичные аптечные учреждения и повышать свою долю на рынке.

#### **Литература**

1. Анализ рынка услуг розничной торговли лекарственными средствами, изделиями медицинского назначения и сопутствующими товарами // Официальный сайт Федеральной антимонопольной службы [Электронный ресурс]. URL: <http://fas.gov.ru/documents/analytical-materials/> (дата обращения: 16.12.2016).
2. Аптечные учреждения Нижневартовска [Электронный ресурс]. URL: <http://niznewartovsk.ru/Medicina/Medicinskie~towary/Apteki/> (дата обращения: 16.12.2016).
3. Аптечное учреждение. Словарь-справочник терминов нормативно-технической документации Academic.ru. 2015 [Электронный ресурс]. URL: [http://normative\\_reference\\_dictionary.academic.ru/3574/Аптечное\\_учреждение](http://normative_reference_dictionary.academic.ru/3574/Аптечное_учреждение) (дата обращения: 16.12.2016).
4. Федеральный закон от 22 июня 1998 года № 86-ФЗ «О лекарственных средствах» (ред. от 30.12.2008) // Официальный сайт Россельхознадзора [Электронный ресурс]. URL: <http://www.fsvps.ru/fsvps/laws/155.html#37> (дата обращения: 16.12.2016).
5. Федеральный закон от 04.05.2011 № 99-ФЗ (ред. от 30.12.2015) «О лицензировании отдельных видов деятельности» // Официальный сайт компании «КонсультантПлюс» [Электронный ресурс]. URL: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_113658/2a71d445231792be631b760cc1bfb8e99ca1706e/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_113658/2a71d445231792be631b760cc1bfb8e99ca1706e/) (дата обращения: 22.12.2016).

**УДК 339.138**

***Д.А. Немцева, студент***

*Научный руководитель: О.А. Козлова, д-р экон. наук, профессор  
г. Нижневартовск, Нижневартовский государственный университет*

## **РАЗРАБОТКА АЛГОРИТМА ПРОГНОЗИРОВАНИЯ ПРОДАЖ**

Прогноз продаж – это ожидаемый объем продаж компании в денежном или натуральном выражении, в основе прогнозирования которого лежит маркетинговый план фирмы и оценка рыночной ситуации [9, с. 85].

Прежде чем приступить к непосредственному подсчету и выводу об объемах продаж прогнозируемого объекта, необходимо провести анализ среды, в которой данный объект функционирует.

Анализ среды прогнозируемого объекта исследования в свою очередь включает изучение внутренней и внешней среды исследуемого объекта.

Внешняя среда – все факторы и явления, находящиеся за пределами организации и непосредственно оказывающие экономическое или административное воздействие на ее деятельность [3, с. 127]. В нашей работе анализ внешней среды организации был представлен тремя основными этапами:

1. Анализ конкурентной среды;
2. Анализ потребителей;
3. Т.Е.М.Р.Л.Е.С.-анализ.

Рассмотрим более подробно каждый из этапов анализа внешней среды организации.

Основными соперниками в экономическом противостоянии на рынке являются конкуренты.

Конкуренция – «невидимая рука», координирующая торговую деятельность всех участников рыночных отношений (А. Смит) [10, с. 54]. Наибольшую актуальность конкуренция приобретает также в условиях импортозамещения [11].

Основными методами анализа конкурентной среды в нашей работе представлены: составление анализа конкурентов на основе проведения полевых исследований и анализ отзывов клиентов на сайтах конкурентов.

Для того, чтобы превосходить своего конкурента, необязательно придумывать новые сверхъестественные методы ведения бизнеса.

Одним из наилучших вариантов видения своего конкурента является его непосредственный контроль и взаимодействие с ним. С этой задачей управляющим организации поможет справиться проведение полевых исследований.

Полевые исследования – это совокупность методов сбора, оценки информации об объекте исследования в соответствии с поставленными целями и задачами изучения данного объекта.

Основными способами проведения полевых исследований являются опросы (онлайн, оффлайн анкетирование), эксперименты и непосредственные наблюдения в ходе исследования объекта [7].

Стоит отметить, что «анкетирование» – форма опроса, проходящая в письменном виде без непосредственного контакта с участником анкеты [4, с. 82].

Также одним из эффективных способов проведения полевых исследований является наблюдение, в частности непосредственная работа в качестве клиента и оценка состояния основных сравниваемых показателей, находясь в зоне деятельности конкурентов.

Наблюдая за конкурентами изнутри, управленцы и организация в целом раскрывают основные интересные направления конкурентов, тем самым предопределяя дальнейшие действия для принятия управленческих решений фирмы.

Основными точками наблюдения могут стать [5]:

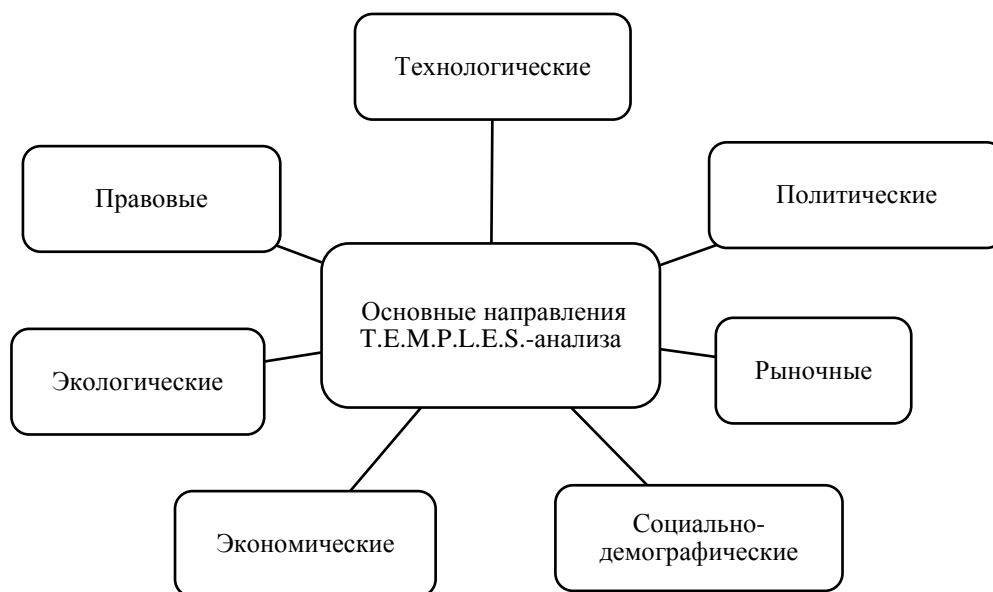
1. Ценности, предлагаемые конкурентами;
2. Основные методы привлечения конкурентами покупателей;
3. Направления осуществления продаж;
4. Ответная реакция конкурентов на нужды потребителей и др.

В нашей работе в процессе изучения конкурентной среды также одним из этапов является составление сравнительной конкурентной характеристики на основе проведения анализа отзывов покупателей на сайтах конкурентов.

В современном мире Интернет поглощает жизнедеятельность потребителя. Потребитель стал более зависим от виртуального мира. Анализ отзывов в настоящий момент является одним из наиболее доступных и бюджетных методов проведения исследования.

Помимо данного анализа эффективным способом изучения поведения потребителей не только на онлайн платформах своей организации, но и компании конкурентов, является использование «Яндекс. Метрика», который в свою очередь является безвозмездным и полноценным ресурсом, определяющим эффективность работы рекламы, а также позволяющим провести анализ посещаемости клиентами сайтов [6].

Полноценное изучение внешней среды прогнозируемого объекта в нашей работе завершается составлением Т.Е.М.Р.Л.Е.С.-анализа (рис. 1).



**Рис. 1. Основные направления Т.Е.М.Р.Л.Е.С.-анализа**

Источник: составлено автором на основе материалов [8]

Внутренняя среда исследования организации – это среда организации, основной задачей анализа которой является определение организационных и технических условий функционирования организации.

Внутренняя среда является результатом управленческих решений в организации [1].

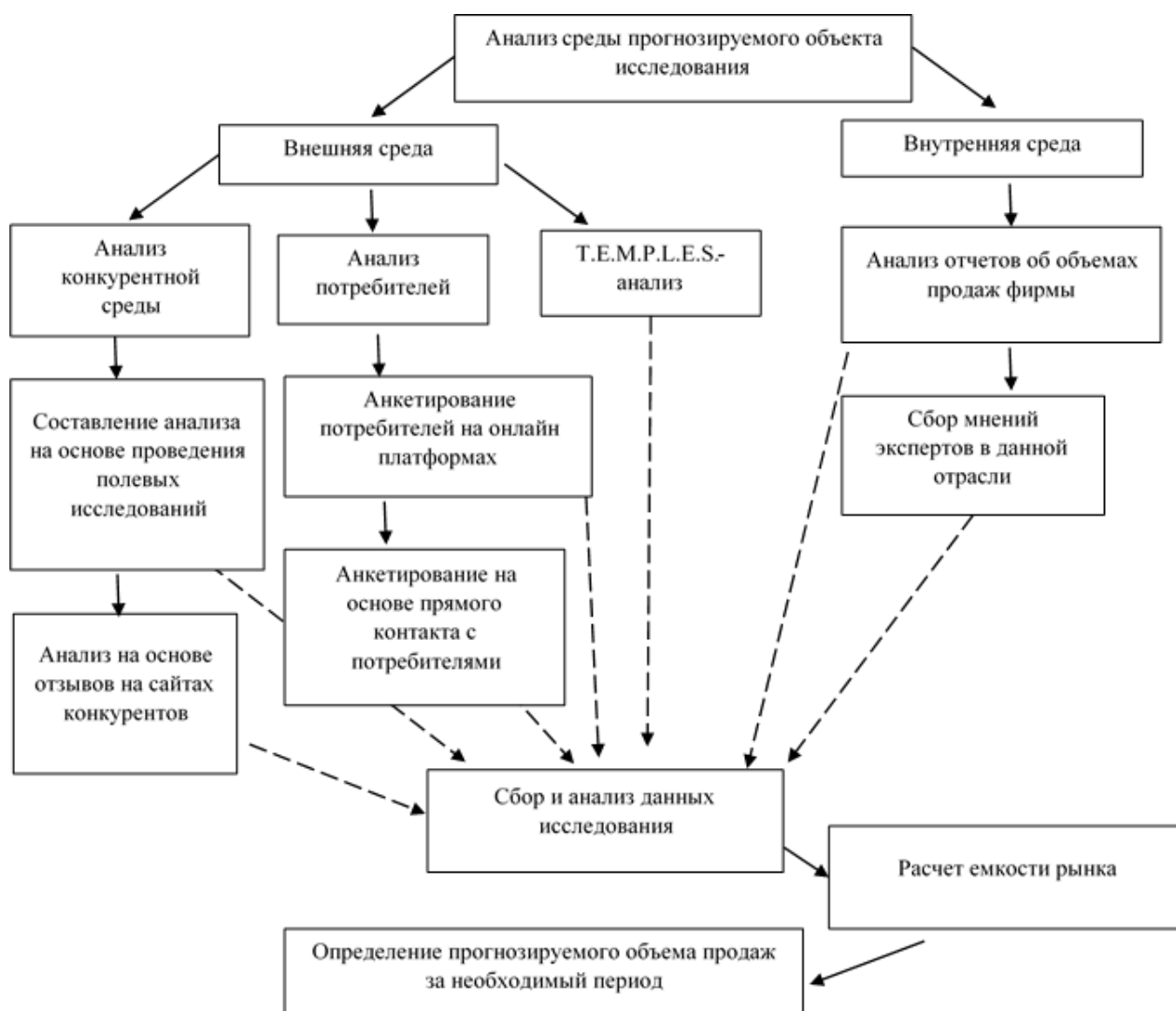
К основным направлениям анализа внутренней среды организации относятся [2]:

1. Кадры организации, их квалификация, потенциал, интересы и сведения;
2. Организация процесса управления в компании;
3. Анализ производства;
4. Маркетинг;
5. Финансы организации.

В нашей работе анализ внутренней среды организации включал опрос мнения экспертов данной отрасли, а также работу с финансово-хозяйственными отчетами компании.

Визуально общий процесс работы с прогнозированием объемов продаж исследуемого объекта можно представить следующим образом (рис. 2):

Таким образом, можно сделать вывод о том, что процесс прогнозирования объемов продаж не завершается этапом выбора оптимального метода прогнозирования. Знание теоретических постулатов и методов прогнозирования, разработка поэтапного плана процесса составления и расчета прогноза объемов продаж, а также дальнейший анализ расчетов и погрешностей итогов исследования в совокупности являются оптимальным вариантом хода решения задач данной работы.



**Рис. 2. Алгоритм проведения прогноза продаж на основе интеграции онлайн и оффлайн исследований**

Источник: разработано автором

### Литература

1. Блохина, Т.К. Экономика и управление инновационной организацией: Учебник для бакалавров и магистров / Т.К. Блохина, О.Н. Быкова, Т.К. Ермолаева. – М.: Изд-во «Проспект», 2013. – 587 с.
2. Долгов А.И., Прокопенко Е.А. Стратегический менеджмент: Учебное пособие. – М.: Флинта, 2011. – 278 с.
3. Егоршин А.П. Маркетинг организации: Учебник для вузов. Стандарт третьего поколения. – СПб.: Питер, 2016. – 384 с.: ил. – (Серия «Учебник для вузов»).
4. Калужский М. Практический маркетинг: Учебное пособие. – СПб.: Питер, 2012. – 176 с.: ил.
5. Кауфман, Дж. Сам себе МВА. Самообразование на 100% / Джош Кауфман; пер. с англ. А. Логиновой, П. Миронова и С. Кицюк. – 2-е изд. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2013. – 464 с.
6. Клименченко, М.С. Основы интернет-маркетинга «с нуля» до результата [Электронный ресурс] / М.С. Клименченко. – 2017.
7. Ковалевский, В.П. Маркетинговые исследования: Учебное пособие / В.П. Ковалевский, О.М. Калиева, О.П. Михайлова. – Оренбург, 2013. – 349 с.
8. Козлова О.А. Характеристика количественных и качественных методов онлайн исследований // Вестник Омского университета. Серия: Мировая экономика и международный бизнес. 2011. № 2. С. 50–54.
9. Котлер Ф., Келлер К.Л. Маркетинг менеджмент. Экспресс-курс. 3-е изд. / пер. с англ. под науч. ред. С.Г. Жильцова. – СПб.: Питер, 2016. – 480 с.: ил. – (Серия «Классический зарубежный учебник»).
10. Тарасов, М.Е. Конкуренция и конкурентоспособность хозяйствующих субъектов в отраслях экономики: курс лекций / М.Е. Тарасов, Н.Е. Егоров, К.И. Алексеева и др. – Якутск: Издательский дом СВФУ, 2014. – 334 с.
11. Тагирова А.В. Конкуренция как гарант функционирования рыночного механизма в условиях экономических санкций // Экономика и социум. 2015. № 6-3 (19). С. 1051–1055.

## **МОДЕЛИ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ МОДЕРНИЗАЦИИ В ЧАСТНОЙ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

В соответствии с основными правовыми документами промышленная политика – это комплекс специальных мер и инструментов государственного регулирования, направленных на повышение эффективности и конкурентоспособности отечественной промышленности с формированием современной структуры ее модернизации.

Необходимо повышение конкурентоспособности отечественной продукции с выявлением оптимальных возможностей реализации производимой продукции на мировом рынке.

Можно назвать ряд конкурентных преимуществ промышленности России, которые дают возможности успешно конкурировать с иностранными производителями, а именно:

1. Наличие широкого спектра использования разнообразных природных ресурсов с дальнейшим совершенствованием имеющейся минерально-сырьевой базы.
2. Существование достаточно квалифицированных трудовых ресурсов.
3. Присутствие перспективного научно-технического потенциала.

Вместе с этим необходимо назвать наиболее актуальные проблемы российской промышленной системы:

1. Значительное технологическое отставание от мировых стандартов оборудования и производственного функционирования многих предприятий.
2. Отсутствие оптимальной инфраструктуры и эффективной системы представления произведенной продукции на рынке.
3. Недостаточно эффективная организация регулирования использования материальных и финансовых средств в сфере промышленности.
4. Неэффективная инвестиционная активность в системе экономических взаимосвязей на отечественном рынке и взаимосвязях с иностранными партнерами [2, с. 217].

Необходимо подчеркнуть то, что одним из важнейших недостатков внешнеэкономических связей России выступает импорт капиталоемких продуктов нередко именно для производства этого самого сырья. Это подтверждает высокие расходы на покупку иностранного оборудования в себестоимости российских экспортируемых товаров. Таким образом, характер промышленного экспорта напрямую зависит от импортных поставок. Вместе с этим дальнейшее развитие отрасли производства, ориентированных на экспорт полностью определяется мировой конъюнктурой по ценам на сырьевые товары. При наличии данных условий экономическое развитие промышленности нельзя связывать с повышением рентабельности экспортирующих сырьевых отраслей, так как оно зависит от внешнеэкономических факторов.

Регулирующее значение в бюджетной политики в отношении промышленности определяется результатами функционирования федеральных и региональных органов власти по нескольким направлениям. Такими направлениями являются: 1) организация сбора бюджетных доходов и выполнения бюджетных обязательств; 2) регулирование бюджетного дефицита и государственного долга. Тем самым происходит соотнесение доходной и расходной частей федерального бюджета. В качестве инструментов бюджетной политики можно назвать следующие: 1) финансирование промышленного производства с развитием научных исследований в разработке современных технологий; 2) финансовое регулирование внешней торговли государственных предприятий; 3) инвестирование в развитие производственной базы в форме дотаций, субсидий и субвенций [4, с. 78; 9, с. 108].

Реализация эффективной промышленной политики также зависит от государственного регулирования налоговой системы. При этом сбор платежей по налогам исключительно в целях повышения доходов бюджета экономически нерационален, так как при установлении различных ставок по налогам требуется учитывать их влияние на развитие приоритетных промышленных отраслей для укрепления их конкурентоспособности на рынке. В данном случае величина налогов напрямую влияет на размер издержек предприятий, на сумму их чистой прибыли и, в конечном итоге, на уровень инвестиций, формирующихся на модернизацию производства. В налоговой политике происходит определение основных субъектов налогообложения в производственной цепочке создания и продвижения

товара. При переносе основной налоговой нагрузки на какое-либо звено, государственная власть стимулирует или ограничивает их в соответствии с приоритетами промышленной политики.

Денежная система представляет собой организацию денежного обращения в стране, которая тесно связана с осуществлением денежно-кредитной политики. Определенна прибыль, остающаяся в распоряжении предприятий, используется на поощрение персонала, инвестиции и на накопление собственных финансовых ресурсов. Определенный размер таких ресурсов выступает временно свободными денежными средствами с возможностью их перераспределения на финансовом рынке. Появляется необходимость в проведении финансовой политики со стороны государства, то есть проведения ряда мероприятий по мобилизации финансовых ресурсов, их распределению и использованию. Инструментами денежно-кредитной политики могут быть: 1) операции на открытом рынке; 2) установление норм обязательных резервов коммерческих банков, контроль и ограничения по отдельным видам кредитов и пр. Специальными средствами финансовой политики выступают: 1) выпуск государственных ценных бумаг для обеспечения и обслуживание государственного долга; 2) выдача ссуд на развитие производства; 3) регулирование и контроль над финансовыми рынками и финансовым обращением; 4) оперативное управление государственными средствами.

Немаловажным условием промышленной политики является проведение соответствующих институциональных и правовых преобразований, которые направлены на совершенствование имущественных отношений в производственной деятельности при стимулировании перехода предприятий к современным формам организации бизнеса [3, с. 198].

Институциональная политика воплощается в формировании востребованной правовой и организационной среды с утверждением необходимого порядка взаимодействия между элементами промышленной системы. В этой связи происходит реформирование производства в соответствии с современными экономическими стандартами при эффективном снабжении необходимыми ресурсами [6, с. 44]. Инструментами названной политики выступают: 1) разработка продуктивных норм деятельности предприятий; 2) обеспечение производственных процессов соответствующей правовой базой; 3) правовое регулирование создания, функционирования и ликвидации предприятий.

Внешнеэкономическая политика реализуется с целью создания оптимальных экономических условий для расширенного воспроизводства на внутреннем рынке за счет иностранных инвестиций и повышения экспорта отечественной продукции. Это происходит посредством стимулирования экспортёров путем их кредитования; установление таможенных льгот; регулирование ограничений в сфере импорта или экспорта.

Инвестиционная политика проводится для повышения научного и производственного потенциала промышленности на основе долгосрочного вложения капитала. Инновационная политика в рамках государственного воздействия на промышленность связана с модернизацией производства с помощью инвестируемых финансовых средств [1, с. 86].

Определенное сочетание выше названных условий проведения государственной политики в отношении промышленности определяет наличие той или иной модели управления производственной деятельностью. Можно выделить три основные модели данного управления: 1) экспортоориентированная модель; 2) модель импортозамещения; 3) инновационная модель [5].

Сущностью первой из названных моделей является поддержание производства, направленного на экспорт своей продукции. Основной задачей государственной политики выступает обеспечение выпуска конкурентоспособной продукции с последующим сбытом на международном рынке. Это производится с помощью налоговых и таможенных льгот, кредитования предприятий-экспортеров.

Преимущества этой модели заключаются в расширении доступ к мировым ресурсам и технологиям; привлечении валютных средств в страну и их инвестирование в развитие производства национальной экономики. Недостаток состоит в сырьевом экспорте, так как чрезмерное его присутствие в структуре экспортируемой продукции грозит привести к регрессу структуры отечественной промышленности.

Модель импортозамещения связана с реализацией протекционистской политики и поддержание твёрдого курса национальной валюты с повышением экономической эффективности структуры платёжного баланса с обеспечением занятости населения на основе развития машиностроительного производства. Негативные черты такой политики заключаются в возможной изоляции от современных тенденций в мировой экономике с вероятным отставанием от других стран. Возможно создание «самодостаточных» форм производства, что способно привести к неэффективному управлению и использованию ресурсов.

Поскольку целью данной модели является насыщение внутреннего рынка, при том, что производимая продукция неконкурентоспособна и не пользуется спросом на внешнем рынке, государство



вынуждено реализовывать её (чтобы окупить возникшие затраты), ограничивая реализацию более качественной импортной продукции.

Инновационная модель обусловлена процессом создания, освоения и массового использования новейших технологий на основе расширения производственного и общественного потенциала. При этом происходит инвестирование финансовых средств в разработку и использование современных способов производства и производственных отношений.

В связи с этим можно следующим образом охарактеризовать экономическую ситуацию в ЮФО. В 2011 г. по объему производства товаров и услуг на душу населения в субъектах Южного федерального округа имеют следующие показатели (тыс. руб. на человека) Волгоградская область – 304,78; Краснодарский край – 248,52; Ростовская область – 208,52; Астраханская область – 158,60; Республика Адыгея – 114,54; Республика Калмыкия – 85,02.

По объему инвестиций в основной капитал на душу населения (тыс. руб. на чел.): Краснодарский край – 128,62; Астраханская область – 67,90; Волгоградская область – 38,75; Республика Адыгея – 37,87; Ростовская область – 36,30; Республика Калмыкия – 32,21.

По уровню безработицы по итогам 2011 г. (%): Краснодарский край – 6,0; Волгоградская область – 6,9; Ростовская область – 7,3; Республика Адыгея – 8,4; Астраханская область – 8,9; Республика Калмыкия – 14,2.

По объему производства товаров и услуг (млрд руб.): Краснодарский край – 1 306,53; Ростовская область – 889,95; Волгоградская область – 792,78; Астраханская область – 160,57; Республика Адыгея – 50,53; Республика Калмыкия – 24,47.

По численности занятых в экономике (тыс. чел.): Краснодарский край – 2 421,4; Ростовская область – 2 017,5; Волгоградская область – 1 243,0; Астраханская область – 487,7; Республика Адыгея – 192,8; Республика Калмыкия – 123,1 [7].

В отношении 2012 года можно указать следующие показатели – динамика реальных денежных доходов (по сравнению с 2011 г., %): Республика Адыгея – 17,4; Волгоградская область – 5,8; Ростовская область – 5,6; Краснодарский край – 5,3; Республика Калмыкия – 4,8; Астраханская область – 4,6.

По объему производства товаров и услуг (млрд руб.): Краснодарский край – 1463,04; Ростовская область – 947,49; Волгоградская область – 819,75; Астраханская область – 197,08; Республика Адыгея – 56,74; Республика Калмыкия – 27,04.

По численности занятых в экономике (тыс. чел.): Краснодарский край – 2487,0; Ростовская область – 2029,6; Волгоградская область – 1251,8; Астраханская область – 477,3; Республика Адыгея – 187,7; Республика Калмыкия – 126,2.

По объему производства товаров и услуг на душу населения (тыс. руб. на чел.): Волгоградская область – 316,62; Краснодарский край – 275,61; Ростовская область – 222,54; Астраханская область – 194,25; Республика Адыгея – 127,95; Республика Калмыкия – 94,71.

По объему инвестиций в основной капитал на душу населения (тыс. руб. на чел.): Краснодарский край – 150,28; Астраханская область – 80,46; Волгоградская область – 48,71; Республика Калмыкия – 48,42; Ростовская область – 46,55; Республика Адыгея – 33,07.

По уровню безработицы (%): Краснодарский край – 5,6; Волгоградская область – 6,0; Ростовская область – 6,0; Астраханская область – 7,9; Республика Адыгея – 8,1; Республика Калмыкия – 13,1 [8].

Эта модель способствует научно-техническому прогрессу страны и её конкурентоспособности на международной арене. Осуществляется стимулирование структур общественного просвещения и образования с обеспечением экономики квалифицированными специалистами. Происходит созданию рабочих мест внутри страны с обеспечением внутреннего спроса. Проявляется ориентир экономического развития при совершенствовании машиностроительного комплекса и приборостроения. Недостатками этой модели считаются необходимость расходования значительных денежных средств на развитие инновационной инфраструктуры и обновление производственного аппарата промышленности. Происходит повышение роли государства в экономике страны с применением во многом не рыночные методы стимулирования инновационного развития производства.

Таким образом, важнейшими условиями осуществления эффективной промышленной политики выступают реализация государственных инструментов в сфере бюджетного, финансового, инвестиционного и денежно-кредитного регулирования. Это способствует непрерывной модернизации производства и поддержания конкурентоспособности отечественной промышленности на внутреннем и международном рынке. Востребовано сочетание указанных инструментов с целью формирования соответствующей модели промышленной политики. При этом в системе государственного регулиро-

вания экономических процессов следует сочетать положительные элементы различных моделей производственной политики с преобладанием инновационных преобразований в промышленности.

#### Литература

1. Кайль Я.Я. Региональный механизм программно-целевого регулирования малого предпринимательства (на примере Волгоградской области): дис. ... канд. экон. наук. – Волгоград, 2003. – 149 с.
2. Кайль Я.Я., Епинина В.С. Совершенствование системы государственного управления и его влияние на состояние социально-экономического развития субъектов РФ (на примере субъектов РФ ЮФО) // Бизнес. Образование. Право. Вестник Волгоградского института бизнеса. 2013. № 4 (25). – С. 216–224.
3. Кайль Я.Я., Епинина В.С., Ламзин Р.М. Система информационного обеспечения как фактор повышения результативности публичного управления // Материалы международной научно-технической конференции «Перспективы применения инновационных технологий в сфере архитектуры и строительства» (посвященной 50-летию Самаркандского государственного архитектурно-строительного института). Книга II. – 2016. – С. 196–199.
4. Морозова Н.И. Государственное регулирование предпринимательской деятельности и основные направления поддержки субъектов малого и среднего бизнеса в России // Sustainable economic development of regions: Monograph. Vienna, 2015. – С. 77–89.
5. Полозюк, А.Г. Модели промышленной политики [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [www.rusnauka.com](http://www.rusnauka.com), свободный. – Загл. с экрана (дата обращения: 06.10.2013).
6. Пшеничников И.В., Мерзликина Г.С. Технология функционально-структурных преобразований // Стратегия и тактика управления предприятием в переходной экономике: сборник научных трудов. – Волгоград: Изд-во ВГТУ, 2005. – С. 44–46.
7. Рейтинг социально-экономического положения субъектов РФ, итоги 2011 года [Электронный ресурс]. М., 2012. – Режим доступа: [http://vid1.ran.ru/ig/ratings/rating\\_regions\\_2012.pdf](http://vid1.ran.ru/ig/ratings/rating_regions_2012.pdf), свободный. – Загл. с экрана (дата обращения: 06.10.2013).
8. Рейтинг социально-экономического положения субъектов РФ, итоги 2012 года [Электронный ресурс]. М., 2013. – Режим доступа: [http://vid1.ran.ru/ig/ratings/rating\\_regions\\_2013.pdf](http://vid1.ran.ru/ig/ratings/rating_regions_2013.pdf), свободный. – Загл. с экрана (дата обращения: 06.10.2013).
9. Царева Г.Р., Шулёпов В.И. Проблемы развития социального предпринимательства в аграрном секторе // МИР (Модернизация. Инновации. Развитие). – 2014. – № 20. – С. 107–111.

УДК 65

**К.Н. Новикова, студент**

*Научный руководитель: Т.А. Дудник, преподаватель  
г. Краснодар, Кубанский государственный аграрный университет им. И.Т. Трубилина*

## РОЛИ МЕНЕДЖЕРА В СОВРЕМЕННОСТИ. КАКИМ ОН ДОЛЖЕН БЫТЬ?

В современном обществе многие люди называют себя менеджерами. Но кто же на самом деле есть менеджер?

Для того чтобы ответить на этот вопрос, нужно вспомнить о менеджменте в целом как о науке. Как наука менеджмент объясняет всю природу управления труда, установления в нем связей между причиной и следствием, выявления факторов и условий, при которых совместный труд становится более полезным и более эффективным. Во время своего развития менеджмент очень сильно изменился. В самом начале менеджмент считал человека только как экономический объект, то есть как какое-то дополнение к машине. Тогда в обязанности менеджера входило выдать задания и контролировать их выполнение, в ходе работы определить, кого поощрить, а кого наказать. Для этого менеджеру достаточно было быть профессионалом своего дела, а менеджеру высшего уровня хорошо разбираться во внешней среде.

Но с ростом и развитием производства, требования к рабочим изменились. Стали нуждаться в работниках с образованием. Но к квалифицированным рабочим нужен иной подход в управлении, в основе которого лежат мотивационные факторы. В связи с этим появляется гуманистический менеджмент, который рассматривается с социальной точки зрения. Успешный руководитель должен начинать понимать, что только гуманное отношение к работнику, определение его потребностей и раскрытие его способностей может дать положительный результат для компании.

Выделяется тенденция развития менеджмента XXI следующим образом:

- 1) Обоснованность принимаемых решений с научной точки зрения. В основе таких решений должна быть собранная и обработанная современными методами, проанализированная должным образом доброкачественная информация;
- 2) Лидерское начало, отказ от авторитарности в управлении;
- 3) Делегирование полномочий, глубокое и полное, на всех уровнях управления;
- 4) Обучение всегда и всех;

5) Менеджеры несут полную ответственность за работу системы.

Главное это то, что эффективное управление не является суммой раз и навсегда найденных приемов, неизблемых идей. Это связано с тем, что меняются труд, человек, экономика, и именно сменяемость и многообразие приемов и подходов к делу, дает возможность двигать и руководить громадной и многоликой массой работников современного производства, действующих в различных сферах.

Следовательно, поменялись и требования к менеджеру. Он стал не просто управляющим, а человеком, который осуществляет процесс управления и принимает решения в зависимости от своей должности в организации.

Большое влияние на поведение и характер современного менеджера оказывает благоприятная социальная среда. Развитие и эффективность бизнеса в условиях жесткой конкуренции стало больше зависеть от полноты использования потенциала человеческого ресурса. Во время решения этой задачи сменился акцент в менеджменте, быстрый результат (тактика) переносится на долгосрочную эффективность (стратегию) [1, с. 3].

Современный менеджер должен создавать такие условия, в которых все люди смогут добиться высоких результатов, которые приведут развитию компании. В то же время необходимо развитие самих работников под руководством менеджеров, чтобы был карьерный рост, из контролируемых рабочих в специалистов, наделенных широкими полномочиями.

Каким же должен быть новый менеджер, который сможет рационально управлять деятельностью своих подчиненных? Представим набросок его портрета:

- Менеджер точно знающий, какое поведение он хочет добиться от подчинённых и чему их следует обучать.
- Менеджер должен знать, как действуют его подчинённые, почему необходимо следить больше за процессом, чем за результатом выполненной работы.
- Менеджер умеющий делать выводы из ошибочных действий подчинённого, находить причину этой ошибки и быть готовым получить информацию о собственных неправильных действиях.
- Менеджер умеющий обучать других людей. Участвовать в процессе развития персонала.
- Менеджер должен построить такие отношения с подчинёнными, которые позволят не потерять контроль над ситуацией при передаче работнику больших знаний и полномочий и также сделать ее еще более контролируемой.

Все это характеризует черты руководителя нового поколения. Наличие представителей именно таких менеджеров будет в ближайшем будущем определять конкурентоспособность любой компании.

Но совсем не последнюю роль играют и личные качества менеджера. К ним можно отнести честность и порядочность, предполагающие соблюдение норм общечеловеческой морали, скромность и справедливость по отношению к подчинённым. Руководитель должен стараться стремиться к сотрудничеству с людьми, учитывая при этом интересы работников и компании целом.

Он должен уметь находить верные решения в сложных ситуациях, найти грамотный и рациональный подход к своим подчиненным. Знать как лучше вести диалог с сотрудниками, не спорить с ними. Именно это умение общения со своими коллегами, забыв при этом, о собственном эгоизме и самомнении, расположить их к себе, к своим словам. Желание понять своих подчиненных, а уже потом быть понятым ими – золотая жила современного менеджмента. Менеджер должен обладать профессиональной компетентностью, юридическими, информационными знаниями и общей культурой [2, с. 5].

Менеджеру необходимо следить за своим здоровьем и самочувствием, потому что ему нужно быть энергичным и жизнестойким, твердо переносить удары судьбы, успешно справляться со стрессами. Для поддержания хорошего физического здоровья нужно уделять время для тренировок. Но хорошее физическое здоровье это еще не все, что нужно менеджеру. Он должен быть еще и морально здоровым человеком, иначе просто не выдержит всех сваливающихся на его голову нервов и обязательств. Поэтому нужно заранее формировать у себя положительные эмоции. Для принятия управленческих решений от менеджеров требуется не только квалификация, но и эмоциональная зрелость личности, которая выражается в умении и готовности переносить острые ситуации и успешно справляться с ними.

К профессиональным качествам современного менеджера можно отнести:

- Компетентность, т.е. система конкретных знаний и практических навыков. Она бывает специальной и управленческой.
- Культура – общая, техническая, экономическая, правовая, информационная, психолого-педагогическая.

- Владение информацией о мировых и внутригосударственных делах.
- Точное понимание целей организации и своего подразделения в частности.
- Умение видеть проблемы и находить пути их разрешения.
- Быть восприимчивым к новизне и изменениям.

Но всего этого не достаточно, если менеджер не обладает умственными способностями выше среднего уровня, умением анализировать всевозможные ситуации, создавать и критически оценивать различные планы и программы, принимать важные решения, брать на себя ответственность за их выполнение, быть энергичным и решительным.

Но в современном обществе менеджеру не достаточно быть только хорошо подготовленным и образованным, он должен обладать творческим складом ума, потому что от него требуется реализация не только своих творческих способностей, но и умения других работников. Он должен уметь их развивать и использовать, преодолевая все препятствия на пути. Для этого необходимо быть настойчивым, целеустремленным, нуждаться в переменах, воспринимать новые идеи и новаторские решения, систематически ими пользоваться. Творческие менеджеры обычно работают с группой людей, пользуются методом мозговой атаки, поощряют предложения новых идей в процессе работы.

Для современного менеджера также важно обладать организаторскими способностями. В первую очередь к ним относится целеустремленность. В настоящее время от менеджеров требуется ставить перед подчиненными точные и обоснованные цели работы. Не поставив точной цели, он будет испытывать недостаток твердости и решимости, тем самым упустит хорошие возможности для развития организации, растрачивать время на пустяки. Но основой целеустремленности является не постановка цели, а упорное стремление к ее достижению. Это и является отличительной чертой менеджера от других работников. Суть этого отличия заключается в способности менеджера четко и своевременно ставить задачи перед работниками, принимать важные решения и следить за их исполнением.

Для хорошего менеджера также важна дисциплина и контроль над собой. Не владея этими чертами, он не сможет ни призвать к порядку других, ни контролировать их деятельность. Он должен уметь следить за своими эмоциями и настроением. Изучать эмоции других людей, чтобы суметь найти к ним подход, а также контролировать дисциплину подчинённых.

Отличительной чертой каждого менеджера должна быть высокая работоспособность, умение трудиться напряженно, не принося себя в жертву компании. В крупных компаниях считается дурным тоном руководителям работать после окончания рабочего времени.

Менеджер должен быть коммуникабельным, контактным, потому что он непосредственно работает с людьми. Он должен уметь располагать к себе подчинённых, слушать и понимать их, убеждать в своей правоте.

Можно выделить несколько типов контактности:

- те, кто большую часть времени, примерно 2/3, тратит на своих подчиненных и только 1/3 на осуществление внешних связей.
- те, кто уделяет и тому и другому примерно одинаковое время.
- те, кто осуществляет только вертикальные контакты с начальством и подчиненными, но не желает знаться с коллегами своего уровня.
- те, кто сторонится вообще всех контактов.

Важным качеством для менеджера является реализм. Он должен здраво оценивать ситуацию и возможности для ее реализации, не ставить перед подчиненными не решаемых проблем. Хороший менеджер должен быть уверен в своих силах. Невозможно руководить другими людьми без уверенности в самом себе. Уверенные люди точно знают, чего хотят. Они не пользуются обходными путями. Менеджер должен не бояться трудностей на работе и если появились какие-то проблемы, то не бояться высказывать свое мнение по их решению, добиваться, чтобы его услышали и поняли, но при этом также уважают мнение и других людей [3, с. 15].

Современный менеджер должен быть не только эффективным, квалифицированным, но и конкурентоспособным. Это означает, что он обладает как профессиональными качествами, так и личностными, на основе которых лидерское начало.

Менеджер – это человек, который способен генерировать идеи, составлять общий план действий, постоянно что-то предпринимающий для улучшения деятельности организации. Не все менеджеры могут быть такими. Необходимо все тщательно продумать, мобилизовать все свои творческие идеи и найти способ, который будет являться новаторством в управлении. Способность к оправданному риску также должна присутствовать в арсенале у менеджера.

В современном обществе всем движет информация и те, кто ею владеет. Поэтому квалифицированный менеджер должен быть хорошо информирован в вопросах деятельности и развития отрас-

ли, в которой работает его организация: технологии, техники, динамика спроса на продукцию или услуги. Он должен знать о менеджменте других отраслей и компаний, уметь использовать современные информационные технологии, средства связи и коммуникаций. Умело пользоваться инструментами для обеспечения эффективного управления и стратегического развития своей компании [4, с. 11].

В последнее десятилетие можно заметить, что подготовка и формирование менеджеров в различных странах очень близки по существу и методу организации. Как профессию менеджмент можно назвать интернациональной. Сейчас все начинают понимать, что освоение опыта управления каждой страны и передача его – дело очень полезное и ценное. Оно дает возможность не только понять, как вести бизнес за границей, но и научиться избегать ошибок, которые не случались в настоящем и прошлом, но могут быть в будущем. Также очень поучительны истории чужих неудач и успехов. Общая задача основ менеджмента – дать основополагающее представление о формальных организациях, коммерческих и некоммерческих, малых и крупных, и об эффективном управлении ими. Эффективный руководитель учитывает в своей работе ситуационные различия и поступает с опережением – предвидя будущее и готовясь к нему, – а не реагирует задним числом.

Все это составляет конкурентоспособность каждого менеджера в современном обществе.

Конкурентоспособный менеджер – это менеджер, у которого ярко выраженные лидерские и предпринимательские качества, который постоянно занимается саморазвитием. Он должен конкурировать по отношению к другим менеджерам умением разработать систему обеспечения конкурентоспособности данной организации.

В настоящее время актуальной проблемой является повышение эффективности управления предприятием. Оно в условиях рыночной экономики будет ключевым моментом повышения конкурентоспособности. На сегодняшний момент определить и оценить деятельность организации менеджерам помогают финансовые факторы успеха компании. Они могут опираться на такие финансовые показатели, которые не обеспечивают роста будущей экономической инициативы компании и ориентируются на результаты прошедшего периода. Но принимая важные управленческие решения, менеджеру необходимо обращать внимание на будущие периоды и на то, что способствует развитию организации. Опирайтесь на информацию, которая несет как финансовый, так и нефинансовый характер.

Силой любой организации – ее внутренняя конкурентоспособность, которая опирается на знания и опыте. Менеджеры должны знать, какие рычаги были в последние годы определяющими в скорости подготовки и принятия решений компании.

Именно такие менеджеры должны стать ключевыми фигурами модернизации российской экономики.

В буквальном смысле модернизация – это «усовершенствование, обновление объекта, приведение его в соответствие с новыми требованиями и нормами, техническими условиями, показателями качества» [5, с. 49]. Это самый лучший вариант модернизации. Однако пока мы имеем худший вариант – «догоняющую модернизацию» [5, с. 88], которую практикуют отстающие страны, которые пытаются догнать более развитые страны.

Каждое общество в такой ситуации имеет особый вызов, на который имеет ответ в соответствии со своими принципами, структурами и символами, заложенными на протяжении долгого времени развития. «Догоняющая модернизация» создаёт острову современной жизни, например крупные города, подобные Сан-Паулу в Бразилии, Москве и Санкт-Петербургу в России. Они отличаются, причём существенно, от провинции, как своим образом жизни, так и состоянием сознания. Такая модернизация приносит ущерб культурным традициям, лишая общество духовных перспектив, делая его зависимым от других.

Наша страна «модернизируется» именно в этом направлении. Обратим свое внимание к сфере образования, в ней мы можем наблюдать то, что изменения там проводятся «волюнтаристски», без наличия научной концепции. Ориентация на превращение образования в «образовательную услугу» и внедрение в эту сферу «рыночных» принципов сделали возможным постепенное понижение требований образования, стандартизировали «массовое образование». Стандартизированное образование порочно, оно рушит всякое творческое начало.

Государство пытается изменить ситуацию. Так, например, в 2010 году была принята государственная программа поддержки малого и среднего предпринимательства, которая была направлена в основном на поддержку малых инновационных компаний. В рамках этой программы организованы образовательные курсы по вопросам предпринимательской деятельности для 11 867 человек, предоставлено 2134 гранта начинающим предпринимателям, создано 10612 рабочих мест.

Но это малая часть того, что мы должны и можем делать при правильной организации. Мы должны иметь собственное видение мира и всех процессов, которые в нем происходят. Поэтому

главным условием появления конкурентоспособных менеджеров, которые смогут вывести страну на иной уровень, является образование. Но вся его траектория должна быть выстроена от общего образования к высшему в русле педагогики, которая сможет дать человеку самому выбирать, что ему близко по интересам. Это как некий духовный компас и он делает людей независимыми от государства. Она не внушает им единственно верные ответы, а заставляет находить самим [6, с. 55].

#### Литература

1. Дудник Т.А. Менеджер 21 века // Экономика и социум. № 3 (22). 2016.
2. Дудник Т.А. Информация и коммуникации в менеджменте // Экономика и социум. № 5 (24). 2016.
3. Дудник Т.А. Актуальные проблемы управления персоналом организации в условиях формирования современного российского менеджмента // Экономика и социум. № 5 (24). 2016.
4. Дудник Т.А. Проблемы конкурентоспособности российских товаропроизводителей // Экономика и социум. № 5 (24). 2016.
5. Холопова Л.А. Модернизация в России в условиях рыночной экономики // Инновационные технологии и экономика в машиностроении: сб. тр. 4-й Международной научно-практической конференции с элементами научной школы для молодых учёных (Юрга, 23–25 мая 2013). – Томск: Изд-во ТПУ, 2013. – 459 с.
6. Холопова Л.А. «Над вымыслом слезами обольюсь...»? // Концепт. – 2013. – Т. 3. – URL: <http://e-koncept.ru/2013/53659.htm>

УДК 339.727

**В.В. Новицкий, А.Ю. Никишина, магистранты**  
Научный руководитель: Т.В. Корсакова, канд. пед. наук, доцент  
г. Таганрог, Южный федеральный университет

## ОСОБЕННОСТИ МЕЖДУНАРОДНОГО ФИНАНСОВОГО МЕНЕДЖМЕНТА В УСЛОВИЯХ КРИЗИСА ГЛОБАЛЬНОГО ФИНАНСОВОГО РЫНКА

Глобальный кризис и нестабильность способствуют невозможности принятия обоснованных и эффективных решений в области финансового менеджмента без всестороннего учёта и оценки закономерностей формирования и направлений эволюции внешней среды. Происходящие структурные изменения компонентов мирового финансового рынка (МФР) обуславливают не только транснационализацию капитала, но и бизнес-интернационализацию. Интеграционные процессы финансовых рынков приводят не только к объединению мирового хозяйства, но и содержат в себе весомую финансовую опасность. Развертываемость кризисных явлений, которые имеют системный и глобальный характер, наглядно демонстрирует недостаток результативных методов и подходов преодоления явлений кризисного характера в границах внутреннего финансового механизма отечественных компаний и выхода на финансовый мировой рынок в качестве возможной среды их функционирования [2, с. 15]. Совершенствование системы международного финансового менеджмента (МФМ) состоит в реализации системы мер, которые обеспечивают устойчивость функционирования МФР и управление финансами фирмы, соответствующее кризисным условиям. Выработка результативной системы МФМ базируется на использовании современного аппарата финансовых методов и инновационных подходов, инструментов и приемов. Системе логики функционирования глобальных финансов требуется новое осмысление его сущности, механизма формирования, который проявляется посредством интегрированной структуры экономических секторов, с необходимостью нормативно-правового регулирования.

МФР является совокупностью хозяйственных и экономических отношений, возникающих в рамках движения финансовых потоков между субъектами и сегментами на рынке. Здесь важнейшим индикатором протекающих процессов выступают цены. С процессом развития мировых хозяйственных связей и переплетением трансграничных финансовых потоков большую роль играют методы структурирования таких понятий, как национальный, международный и мировой финансовые рынки. Самым широким понятием из этих является мировой рынок. Его можно определить в качестве совокупности международных и национальных финансовых рынков, каждый из которых имеет свои специфические особенности, индивидуальную самостоятельность и обособленность. Основные секторы глобального финансового рынка включают страховой, кредитный, инвестиционный, валютный и фондовый. Но стремительно развивающиеся финансовые инновации и возникающие различные производные финансовые инструменты способствуют размытию границ и формированию единого гло-

бального финансового пространства. Качественная динамика, происходящая в мировой экономике, которую вызвали глобализационные процессы, носит глубинный и рискованный характер. Увеличение краткосрочного капитала и деривативных операций способствует весоному нарастанию системного риска и нестабильности [1, с. 14]. Обобщая все вышесказанное, экономическое противоречие, которое возникает между стремлениями субъектов рынка к стабильности и нестабильной природой самих рыночных процессов, вызывает объективную необходимость его регулирования.

Есть немало различных подходов к регулированию МФР, и выявлено, что ему необходимо создание особого механизма, который представляет собой синтез внутреннего рыночного регулирования, внешнего межгосударственного регулирования и саморегулирования его компонентов. Нынешняя экономическая среда, обладающая сложноструктурированностью, многофункциональное и неравномерное развитие финансового рынка способствуют актуальности изучения недавних тенденций его развития и исследованию их воздействия в целях более чёткого понимания динамики той среды, где реализуется МФМ.

Выделяются ключевые тенденции МФР: глобализация, усиление глобализационных процессов, интеграция, развитие финансовых инноваций, отсутствие результативной системы нормативного регулирования, а также развёртывание кризиса МФР 2008 года. Динамика состояния МФР сейчас не только является отражением изменений тенденций, которые складываются в реальном секторе, но и оказывает на реальный сектор определяющее воздействие. Внешние аспекты деятельности реального сектора формируют границы МФМ и влияют на конкурентоспособность организаций, становящуюся основой их существования и постепенного развития в период кризиса и нестабильности.

Исследуя причины низкой конкурентоспособности реального сектора отечественной экономики, можно выделить ключевые негативные факторы, к которым относятся низкий уровень внедрения инноваций, нерезультативное применение возможностей МФР в целях привлечения финансовых ресурсов, недостаточное количество квалифицированных сотрудников. Конкурентоспособность выявляет потенциальные возможности и эффективность совершенствования МФМ. В границах отечественной системы экономики можно определить два основных направления развития системы МФМ: реформирования глобального финансового рынка в качестве среды функционирования и разработку политики антикризисного управления финансами компании. Эти направления необходимо реализовывать согласованным образом, поскольку они носят взаимозависимый характер. В результате исследования причин и последствий мирового финансового кризиса можно предложить несколько направлений реформирования глобального финансового рынка в качестве внешней среды МФМ: необходимо пересмотреть систему финансового контроля и регулирования, а также принять результативные меры макроэкономической политики на трансграничном уровне [5, с. 30]. Для российских условий основные структурные элементы стратегически ориентированной системы МФМ включают систему управления трансграничными потоками капитала и стратегию управления финансовыми рисками. При этом, в кризисных условиях глобального финансового рынка базой МФМ должны стать централизация управления финансовыми потоками и формирование системы финансового контроля. Централизованное финансовое управление позволяет обеспечивать принятие решений согласно финансовой стратегии, обеспечивать оперативное управление ликвидностью, рост степени управляемости и контроля, снижение кредитного и валютного риска вплоть до отраслевых масштабов, в также внедрение неттинга (взаиморасчёта) и трансфертного ценообразования. Организация централизованного управления финансами предполагает выбор одного из следующих подходов:

1. Самостоятельное обеспечение всех процедур на основе автоматизации;
2. Привлечение сторонних поставщиков в целях организации финансовых потоков.

Системы финансового контроля состоит из установления контрольных показателей результативности, измерения их фактического уровня, сопоставления результатов с целевыми установками, а также из разработки алгоритмов действий при наличии значительных отклонений. Финансовый контроль должны осуществлять также и на стратегическом уровне. Пристальное внимание следует обратить на качество организации и функционирования внутрифирменной бюджетной политики, поскольку она служит результативным инструментом контроля и обеспечивает внутрифирменные взаимосвязи между различными подразделениями. В результате, система финансового контроля представляет собой механизм саморегулирования компании. Колебания основных параметров глобального финансового рынка выявляют нарастание финансовых рисков деятельности и рост значения их результативного управления. В целях минимизации финансовых рисков в условиях кризиса нужно пользоваться комплексным подходом, реализующимся посредством создания стратегии интегрированного риск-менеджмента. Это неотъемлемая часть МФМ, этот подход направлен на результативное управление всеми финансовыми рисками, которые проявляются в процессе деятельности компании.

Процесс интегрированного риск-менеджмента должен обладать циклическим характером. Также его основные параметры управления должны накладываться на цикличность развития финансового рынка, для чего является целесообразным пересмотр стимулов к принятию рисков на различных циклических стадиях. Управление ценовыми рисками требует к себе особого внимания, поскольку мировые цены в динамике оказывают определяющее воздействие на положение ведущих компаний России. Методика управления ценовыми рисками делится на традиционную и рыночную. Традиционные методы включают создание денежных фондов и товарных резервов, заключение долгосрочных контрактов с поставщиками и потребителями, диверсификацию деятельности, а также правительственные субсидии в случаях неблагоприятных изменений цен. Рыночные включают внедрение и использование опционных, фьючерсных и форвардных контрактов, базисных и сырьевых свопов, сырьевых облигаций и кредитов [3].

Исследование эмпирических данных по антикризисному управлению финансами позволило сделать вывод, что в современных отечественных условиях кризисную ситуацию часто воспринимают в качестве финансовой несостоятельности отдельной компании, а под мерами финансового антикризисного управления понимают только вывод компании из состояния кризиса, внешнюю санацию либо ликвидацию [4]. Этот подход является недостаточно полным и не отвечающим нынешним требованиям управления финансовыми ресурсами. Системный подход к антикризисному управлению финансами должен состоять из совокупности мер, которые позволяют предупреждать и нейтрализовать воздействие самых опасных факторов, которые приводят к кризисному состоянию, а также использовать позитивные вопросы этого процесса. Лишь в этом понимании финансовый менеджмент получает необходимую комплексность.

Политика антикризисного управления финансами является неотъемлемой составной частью общей финансовой стратегии компании. Процессы использования внутренних механизмов финансовой стабилизации должны выступать основным компонентом этой политики. Несмотря на то, что процесс протекания финансового кризиса для каждой системы сугубо индивидуальный, можно выделить универсальные направления антикризисного финансового менеджмента, которые представлены в таблице 1.

Таблица 1

<b>Система антикризисного управления финансами</b>	
<b>Направление</b>	<b>Основные мероприятия</b>
Повышение финансовой устойчивости и платежеспособности	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Ускорить движение денежных средств</li> <li>– Централизовать управление финансовыми потоками</li> <li>– Разработать и внедрить систему риск-менеджмента (интегрированного)</li> <li>– Перевести активы в денежную форму</li> <li>– Привлечь бюджетные финансовые ресурсы</li> </ul>
Мобилизация финансовых ресурсов для технологического и организационного обновления	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Привлечь инвесторов для завершения неоконченных инвестиционных проектов</li> <li>– Обновить производственные активы с помощью финансового лизинга</li> <li>– Провести реструктуризацию или слияние для того, чтобы достичь синергетического эффекта</li> <li>– Получить средства целевого финансирования</li> </ul>
Повышение и улучшение положительных финансовых результатов	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Сократить затраты</li> <li>– Простимулировать спрос</li> <li>– Сформировать систему жесткого финансового контроля</li> <li>– Пересмотреть систему бонусов и вознаграждений</li> </ul>

Система антикризисного управления финансами упрощает задачу принятия решений финансового менеджмента и позволяет адекватным образом реагировать на кризисные ситуации. Все предлагаемые в таблице мероприятия являются взаимосвязанными и могут быть использованы для достижения различных целей. Осуществление системы МФМ позволит отечественным компаниям преодолеть кризис и достичь финансового равновесия в долгосрочном периоде. Процесс разработки долгосрочной финансовой политики компании – это формирование совокупности целенаправленных управленческих решений, которые обеспечивают подготовку, оценку и реализацию программы стратегического финансового развития компании.

#### Литература

1. Витин, А.П. Мобилизация финансовых ресурсов для инвестиций / А.П. Витин // Вопросы экономики. – 2009. – № 4. – С. 12–16.
2. Лебедев, В.М. Развитие инвестиционной сферы в российской экономике / В.М. Лебедев // Финансы. – 2009. – № 7. – С. 15.



3. Основные концепции развития экономики России в 2006–2008 году: Статистическая справка. – URL: <http://www.rcsme.ru>
4. Реформа государственного управления: финансовый аспект: Официальная информация. – URL: <http://www.minfin.ru>
5. Шахназаров А. Инвестиции: ситуация и перспективы / А. Шахназаров // Экономист. – 2010. – № 1. – С. 29–30.

УДК 338.24

**М.Е. Носова, магистрант**

*Научный руководитель: Л.С. Максименко, д-р экон. наук, профессор  
г. Ставрополь, Северо-Кавказский федеральный университет*

## **СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ ИННОВАЦИОННОГО ПОТЕНЦИАЛА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

Темой инноваций в России стали заниматься в 2009 году, когда и была создана Комиссия по модернизации экономики. «В 2012 году появился совет, который продолжил работу Комиссии, и президиум Совета. С тех пор нам удалось определить вещи. Мы все-таки продвинулись в этом направлении вперед», – сказал Д.А. Медведев. Премьер-министр отметил, что «тема инноваций перестала быть экзотикой в нашей стране», в чем значительную роль сыграли и проекты, которые были предложены в рамках Комиссии и Совета по модернизации. «Фактически уже тогда мы внедрили элементы проектного управления, когда объединили усилия не только государства, но и бизнеса, науки, образования», – добавил премьер. Благодаря этому в стране начали реализовываться серьезные технологии в ядерной энергетике, космической сфере, в области ИТ, современные фармацевтические предприятия полного цикла, появились типовые решения, которые повышают энергоэффективность домов и предприятий. В целом с 2009 года было запущено 37 проектов по модернизации, три четверти из которых на сегодняшний день успешно реализованы. «Сколково» – вполне наглядный пример. Здесь создан современный центр коммерциализации технологий, возведена инфраструктура мирового уровня, который является крупнейшим в Европе.

Россия пока отстаёт от развитых стран по уровню внедрения инноваций, хотя за последнее время в стране удалось выстроить систему их поддержки.

Инновационная среда в России за последнее время улучшилась, однако роста инновационной активности пока не наблюдается. Ключевым источником инноваций должен стать крупный бизнес, а для управления изменениями в инновационной сфере необходимо создать проектный офис. Об этом говорится в подготовленном Минэкономразвития и Российской венчурной компанией (РВК) под эгидой Открытого правительства проекте Национального доклада о развитии инноваций в России – 2016, который был представлен 26 октября на форуме «Открытые инновации». Первый такой доклад был подготовлен в 2015 году по поручению Председателя Правительства Дмитрия Медведева, в нём была дана оценка текущему состоянию российской инновационной сферы и предложена повестка на будущее.

Между тем именно инновации должны стать главным резервом для развития экономики на ближайшую перспективу. Инновации, как отмечается в докладе, являются главным возможным рычагом влияния на долгосрочный рост экономического благосостояния для России в условиях ограничения доступа к другим ресурсам. Несмотря на то, что за последние годы в стране сформированы основные элементы национальной инновационной экосистемы, потенциал для развития инноваций в стране остаётся огромным. «За последние годы фактически у нас в стране выстроена и сложилась вся система институтов развития и разных механизмов государственной поддержки инноваций. Они явно заработали. О результативности можно спорить. Она, с одной стороны, вызывает определённые сомнения с точки зрения конкретного экономического результата, потому что доля России на мировом рынке высоких технологий по-прежнему не очень значительна. Но за эти годы явно наметилась позитивная динамика: стало ещё более понятно, что путь развития инноваций и технологического экспорта – это фактически единственный оставшийся у нас потенциал роста», – отметил глава Российской венчурной компании Игорь Агамирзян.

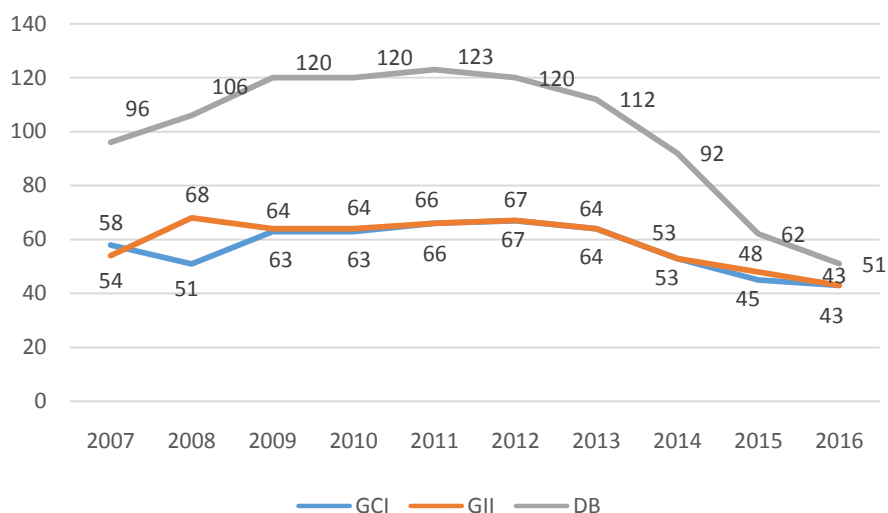
Доля инновационной продукции в общем выпуске составляет всего 8–9%, в то время как в странах-лидерах – около 15%. Результаты российских инноваций всё ещё обладают низкой конкурентоспособностью: доля России в общем мировом экспорте высокотехнологичных товаров составляет 0,4%, пусть даже и наблюдается позитивная динамика (в 2010 году этот показатель составлял 0,21%).

Эксперты признают, что Россия значительно хуже способна удерживать и привлекать человеческий капитал, чем страны-лидеры инноваций. Кроме того, страна значительно отстает от лидеров по количеству международных патентов при высоких государственных затратах на НИОКР при сопоставимом со странами-лидерами количестве исследователей. Удельное количество инновационных компаний в России в три и более раз ниже, чем в странах-лидерах. Российские компании пока мало восприимчивы к технологиям: инвестиции в нематериальные активы в России в 3–10 раз ниже, чем у лидеров.

Усилия российского государства в области инновационного развития, предпринятые за прошедшие 5–6 лет – со времени принятия Стратегии инновационного развития-2020 – дали очевидные положительные результаты, зафиксированные признанными мировыми рейтингами, в первую очередь «Doing Business» Мирового банка, «Global Innovation Index» бизнес-школы INSEAD и «Global Competitiveness Index» Давосского экономического форума.

В рейтинге «Doing Business» – целевом показателе двух ключевых государственных инициатив, Национальной предпринимательской инициативы и Рейтинга инновационного развития регионов РФ – Россия продвинулась вверх со 123-го места в 2011 г. до 51-го в 2016 г., то есть сократила отставание от стран-лидеров. Рейтинг «Doing Business» имеет лишь косвенное отношение к инновациям – он измеряет успешность действий государства по обеспечению деловой среды для всех видов компаний. Тем не менее, благоприятная среда – это фундамент нашей панели управления, необходимая предпосылка инновационного развития.

По рейтингу «Global Innovation Index» («GII») Россия за шесть лет улучшила свой результат с 64-го до 43-го места, то есть примерно в полтора раза. Почти идентичная картина наблюдается и в рейтинге «Global Competitiveness Index» («GCI»), в котором Россия за тот же период выросла с 63-го до 43-го места (см. рис. 1).



**Рис. 1. Динамика позиций России в рейтингах «Doing Business», «Global Innovation Index», «Global Competitiveness Index»**

При изучении компонент и сопутствующих показателей рейтингов «GII» и «GCI», отвечающих собственно за динамику и степень инновационного развития выяснилось, что в третьем рейтинге – «Doing Business» – такой компоненты нет, так как этот рейтинг отражает только условия, создаваемые государством, тогда картина становится несколько менее оптимистичной.

В рейтинге «GII» большая часть роста произошла в компоненте «Innovation Input Subindex», отражающей инвестиции страны в инновационное развитие, в том числе включая усилия по созданию благоприятной инновационной среды; по этой компоненте место России поднялось за те же шесть лет с 82-го до 44-го, то есть страна улучшила свой результат примерно в два раза. По второй же компоненте, отражающей инновационную активность как таковую – «Innovation Output Subindex» – Россия лишь незначительно улучшила свои позиции, поднявшись с 51-го до 47-го места.

«GCI» распределяет страны на три группы в зависимости от основной движущей силы их экономического развития на данном этапе:

- страны, движимые факторами производства;
- страны, движимые эффективностью производства;
- страны, движимые инновационностью производства.

В первой группе находятся беднейшие страны, которые выживают за счет предложения дешевой рабочей силы или природных ресурсов; страны второй группы конкурируют за счет эффективности – то есть производят что-либо уже широко доступное, но делают это лучше, чем страны первой группы; и лишь страны третьей группы предлагают миру инновационные решения, то есть конкурируют за счет создания новых продуктов и технологий. Россия по состоянию на 2010 г. была распределена во вторую группу стран и за шесть лет так и не смогла попасть в первую группу.

Таким образом, оценив усилия государства по становлению экономики на инновационный путь развития, мировые рейтинги не фиксируют существенной отдачи от этих усилий и констатируют слабость инновационной экономики как таковой. Судя по динамике в рейтингах, страна за последние пять-шесть лет – со времени принятия СИР-2020 – не смогла совершить «инновационного рывка».

Согласно другому мировому инновационному рейтингу определены самые инновационные страны мира 2016 года (табл. 1) [1].

Таблица 1

Самые инновационные страны мира

Страна	Балл (0-100)	Позиция
Швейцария	66,28	1
Швеция	63,57	2
Великобритания	61,93	3
США	61,40	4
Финляндия	59,90	5
Сингапур	59,16	6
Ирландия	59,03	7
Дания	58,45	8
Нидерланды	58,29	9
Германия	57,94	10
Российская Федерация	38,50	43

Каждая страна оценивается по 100-балльной шкале и 7 группам индикаторов:

1. Институты.
2. Человеческий капитал и исследования.
3. Инфраструктура.
4. Совершенство рынка.
5. Совершенство бизнеса.
6. Выходы знаний и технологий.
7. Творческие выходы.

Позиции России в рейтинге самых инновационных стран с каждым годом становятся лучше. Из 128 стран мира мы заняли 43 место (38,50 балла). В тройку лидеров вошли Швейцария (66,28 балла), Швеция (63,57 балла) и Великобритания (61,93 балла).

Слабыми местами России являются плохо развитые институты в политической и регулирующей областях, в частности, низкая политическая стабильность и безопасность, качество законодательного регулирования и недостаточное соблюдение принципа верховенства права. Но при этом хорошо развиты институты, способствующие развитию предпринимательства (рис. 2).

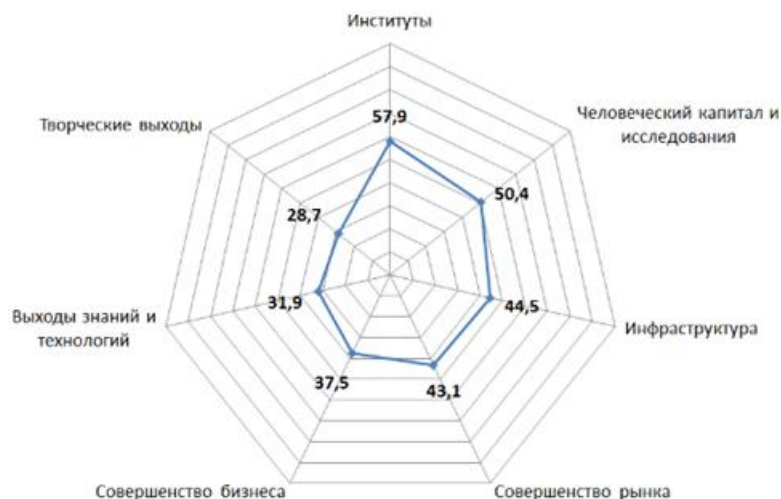


Рис. 2. Инновационное развитие России

Также в сфере «Человеческий капитал и исследования» нашим недостатком являются низкие расходы на образование, в области инфраструктуры – эффективность логистики и валовое накопление капитала (в% от ВВП), в области экологии – высокие затраты в расчете ВВП на единицу потребления энергии, в области совершенства рынка – финансирование с помощью микрофинансовых займов, в области инвестиций – небольшое количество сделок венчурного инвестирования; в области инноваций – низкая эффективность инновационных связей, в частности, недостаточное развитие государственного кластера и низкие затраты на НИОКР из-за границы; в области творческих выходов – неэффективность сектора ИКТ и модели их создания.

В целом можно сделать вывод, что в соответствии с рейтингом самых инновационных стран мира основная проблема России – это создание условий для реализации научных, технологических и творческих проектов. У нас огромное количество концептуальных разработок, теорий и даже моделей реальных инновационных продуктов, которые востребованы обществом, но не внедряются на рынок в России и не доходят до потребителей. Решение данной проблемы поможет России значительно увеличить инновационный потенциал.

#### Литература

1. Глобальный инновационный индекс [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.globalinnovationindex.org/gii-2016-report> (дата обращения: 21.03.2017).
2. Максименко Л.С., Година О.В. Исследование современных направлений формирования стратегии инновационного развития компаний // Вестник Северо-Кавказского федерального университета. 2015. № 5 (50). С. 80–86.
3. Максименко Л.С., Музаев И.Р. Методический инструментарий формирования и реализации инновационных стратегий социально-экономических систем. Ставрополь, 2016.
4. Национальный доклад об инновациях в России 2016 год [Электронный ресурс]. Режим доступа: [https://www.rvc.ru/upload/iblock/b6d/RVK\\_innovation\\_2016\\_v.pdf](https://www.rvc.ru/upload/iblock/b6d/RVK_innovation_2016_v.pdf) (дата обращения: 21.03.2017).

УДК 338.984

*Э.Т. Оганян, студент*

*О.М. Джавадова, канд. экон. наук, доцент*

*г. Ставрополь, Северо-Кавказский федеральный университет*

## ПЛАНИРОВАНИЕ ПРОИЗВОДСТВА НА ПРИМЕРЕ ПАО «ГАЗПРОМ»

Ключевым условием организации эффективной работы компании является планирование. Планирование охватывает основные направления хозяйственной деятельности – продажа, закупка, производства, управление денежными ресурсами во взаимодействии между собой. Акцент делается на прогнозирование спроса, оценку имеющихся ресурсов, анализ, перспективы развития предприятия [2, с. 172].

В планировании, заключаются цели деятельности предприятия на конкретный промежуток времени, формируются схемы реализации поставленных целей, ресурсного обеспечения. Предусматривается формирование комплекса мероприятий, определяющих последовательность достижения конкретных целей, учитывая возможности компании.

В процессе планирования составляется совокупность планов по направлениям деятельности, охватывающие важнейшие подразделения предприятия. Планирование, это наиболее результативный способ снижения издержек, также оно является средством координации деятельности подразделений предприятия [2, с. 201].

В результате планирования производства, снижается уровень простоя оборудования и специалистов, сокращаются сроки выполнения заказов, оптимизируется движение материалов и остатков, весь процесс становится прозрачным и управляемым, повышается эффективность работы предприятия.

Механизмы планирования обеспечивают:

- сценарное планирование для разработки различных вариантов развития фирмы;
- фиксацию распланированных данных для защиты от изменений;
- взаимодействие с рычагами бюджетирования.

Основной механизм и инструмент, используемый при планировании деятельности на долгосрочную перспективу, это долгосрочная программа развития компании [1, с. 443].

Разработка долгосрочной программы развития проводится на ежегодной основе в соответствии с «Порядком планирования в ОАО «Газпром» с использованием стратегических целевых показателей

(СЦП)», утвержденным постановлением Правления ОАО «Газпром» в июне 2006 г. и с учетом методических рекомендаций по разработке долгосрочных программ развития стратегических открытых акционерных обществ и федеральных государственных унитарных предприятий, а также открытых акционерных обществ, доля Российской Федерации в уставных капиталах которых в совокупности превышает пятьдесят процентов.

Программа представляется на утверждение Совету директоров компании.

Целью данной программы развития является разработка комплексного интегрированного плана, который обеспечит сбалансированное и эффективное развитие компании, достижение СЦП и максимизацию системного экономического эффекта с учетом анализа рисков и возможностей.

К основным задачам Долгосрочной программы развития ПАО «Газпром» относятся:

- определение перспективных направлений развития ПАО «Газпром» с учетом тенденций развития мирового и российского энергетических рынков и анализа конкурентной среды;
- формирование вариантов развития и перечня приоритетных проектов ПАО «Газпром»;
- финансово-экономическая оценка вариантов развития компании;
- качественная и количественная оценка стратегических рисков ПАО «Газпром»;
- формирование рекомендаций и мероприятий, направленных на достижение стратегических целевых показателей и устойчивое развитие ПАО «Газпром».

Таблица 1

**Значение СЦП на конец 10-летнего периода, утвержденные решением Совета директоров от 29 декабря 2009 года № 1528**

Показатель	Значение
Рост экономической прибыли	Положительный
Рентабельность капитала (рентабельность используемого капитала)	Не менее 6%
Соотношение собственного и заёмного капитала (отношение заёмного капитала к собственному)	Не более 40%
Объём добычи и продаж газа	
Объём валовой добычи природного газа	Не менее 550 млрд м <sup>3</sup>
Объём продаж природного газа	Не менее 490 млрд м <sup>3</sup>
Величина общих запасов газа	Не менее 29 трлн м <sup>3</sup> природного газа
Коэффициент восполнения запасов	Не менее 100%

В среднесрочной и краткосрочной перспективе планирование инвестиционной, финансовой и операционной деятельности ПАО «Газпром» объединено в системе бюджетного планирования. Контрольные ориентиры для бюджетного планирования задаются системой планово-контрольных показателей (ПКП), которые формируются на базе долгосрочной программы развития, детализируя ее показатели на бюджетный период один год – три года. На основе бюджета (финансового плана), а также Инвестиционной программы ПАО «Газпром» на год производится расчет целевых значений ключевых показателей эффективности (КПЭ) общекорпоративного уровня для руководящих работников. Они отражают наиболее важные параметры эффективности и результативности работы компании в краткосрочном периоде и подлежат утверждению Советом директоров. Система КПЭ утверждена решением Совета директоров ОАО «Газпром» от 21 октября 2014 г. В отчетном году состав КПЭ был существенно переработан с учетом требований государственных органов усилить взаимосвязь вознаграждения руководящих работников с выполнением компанией определенных КПЭ, разработанных по рекомендациям государственных органов. Значения показателей на 2015 г. установлены решениями Совета директоров на основе бюджета (финансового плана) и Инвестиционной программы компании на 2015 г., но впоследствии в связи с утверждением бюджета (финансового плана) и Инвестиционной программы на 2016 г. в новой редакции некоторые из них были скорректированы. Основной причиной, приведшей к изменению утвержденных на 2015 г. целевых значений КПЭ, послужило негативное влияние факторов и макроэкономических параметров для расчета бюджета (финансового плана) ПАО «Газпром», находящихся вне сферы контроля руководящих работников компании, таких как обесценение рубля по отношению к доллару и евро, снижение мировых цен на нефть, продолжающееся увеличение налоговой нагрузки, а также снижение спроса на газ и уточнение параметров «Балансагаза по России на 2015 г.».

В 2015 г. продолжилось снижение цен на нефть, начавшееся годом ранее. Несмотря на то, что темпы снижения существенно замедлились, уровень цен на нефть марок Brent и Urals с января по декабрь отчетного года сократился на 20% и 22% соответственно. Однако в 2016 году стабилизация нефтяного рынка способствовала росту цен на нефть.

Важным следствием изменений текущей ценовой конъюнктуры на рынке энергетических носителей стало сокращение капитальных затрат крупнейших компаний отрасли. По оценкам различных организаций, общемировое сокращение капитальных затрат нефтегазовых компаний составило около 200 млрд долл. Это станет важнейшим фактором ограничения предложения нефти и газа и будет способствовать восстановлению цен в среднесрочной перспективе.

В долгосрочной перспективе важнейшими факторами роста цен на нефть станут истощение легко-извлекаемых запасов и, как следствие, рост издержек добычи. Так, почти половина извлекаемых запасов нефти приходится на шельфовые и арктические месторождения, добыча нефти из нетрадиционных источников во многих странах также связана с высокими издержками. Это также будет способствовать восстановлению цен на нефть в среднесрочной и долгосрочной перспективе.

Разноплановые события 2015–2016 гг. не привели к существенному пересмотру долгосрочного прогноза развития мировой энергетики и, следовательно, оценки перспектив компании и стратегии ее развития. При этом в случае дальнейшего осложнения экономической ситуации и сохранения низких цен на нефть в среднесрочной перспективе стратегия ПАО «Газпром» может быть дополнительно адаптирована к новым экономическим реалиям.

#### Литература

1. Ильин, А.И. Планирование на предприятии: учеб. пособие для вузов / А.И. Ильин. – 9-е изд., стер. – Москва: Инфра-М; Минск: Новое знание, 2011. – 668 с.
2. Савкина, Р.В. Планирование на предприятии: Учебник / Р.В. Савкина. – М.: Дашков и К, 2013. – 324 с.
3. ПАО «Газпром» [Электронный ресурс]. URL: <http://www.gazprom.ru>

УДК 334.753

**И.С. Паздникова, студент**

*Научный руководитель: С.Н. Любяченко, канд. экон. наук, доцент  
г. Новосибирск, Новосибирский государственный университет экономики и управления*

## МЕТОДЫ БОРЬБЫ С КАРТЕЛЯМИ В РОССИИ И В МИРОВОЙ ПРАКТИКЕ

Тема данной статьи является актуальной не только для России, но для многих иностранных государств. На протяжении нескольких столетий, благодаря бурному развитию капитализма, в экономике появляется очень серьезная проблема – картели. Суть картеля заключается в том, что это целенаправленный сговор конкурентов с целью ограничения конкуренции и извлечения сверхприбыли [2, с. 15].

Многие годы Федеральная антимонопольная служба Российской Федерации ведет борьбу с картелями. Но как показывает статистика, до 60% дел, вынесенными ФАС, Арбитражный суд отменяет. Причины в основном одни и те же. А именно, предприятия пытаются тщательно скрыть свой сговор, что ФАС не может найти практически никаких нарушений. Практика показывает, что те предприятия, которые рассматривает ФАС, являются не такими крупными по масштабу, как хотелось бы. К примеру, практически всем известный случай, где два индивидуальных предпринимателя из Горно-Алтайска были обвинены в согласованных действиях на том основании, что установили одинаковые цены, а именно 50 рублей за прыжки на надувном батуте. И таких примеров немало. Государству нужно побудить ФАС сконцентрироваться на более крупных расследованиях, иначе в скором времени картельные сговоры охватят весь существующий бизнес и тогда конкуренция перестанет существовать. То есть ФАС нужно рассматривать тщательно все фирмы, на которые приходят жалобы, и делать все возможное, чтобы дела доходили до процессуального решения.

Несмотря на эту статистику, ФАС несколько лет пытается устранить эту проблему всеми возможными способами – ужесточая законы, что упрощает работу Антимонопольных органов.

25 января 2017 года Государственная Дума Российской Федерации приняла в I чтении законопроект, который предусматривает изменения в Кодекс об административных правонарушениях (КоАП РФ). Статья 14.32 КоАП РФ предусматривает административную ответственность за заключение антиконкурентного соглашения, которое привело к ограничению конкуренции, к незаконным согласованным действиям или к координации экономической деятельности.

При этом различные виды антиконкурентных соглашений отличаются по степени их общественной опасности, в связи с чем существует необходимость дифференциации штрафов за такие виды правонарушений.

ФАС России разработала законопроект, в котором предусмотрено, что по мере снижения общественной опасности таких соглашений пропорционально будет снижаться штраф.

Так, для соглашений в виде картеля предлагается установить наибольший размер административной ответственности: для должностных лиц предусмотрен штраф от 40 до 50 тыс. рублей или дисквалификацию на срок от 1 до 3 лет, для юридических лиц – штраф от 0,03 до 0,15 размера выручки правонарушителя от реализации товара на рынке.

Для «вертикальных» соглашений предлагается снизить размер административной ответственности. Проект поправок в КоАП РФ предлагает установить административную ответственность для должностных лиц в виде штрафа от 15 до 30 тыс. рублей, либо дисквалификацию на срок до 1 года, а юридических лиц – в виде штрафа в размере от 0,01 до 0,05 размера выручки правонарушителя от реализации товара на рынке.

Размер административной ответственности за заключение соглашений органами власти предлагается оставить в прежнем виде: штраф для должностных лиц в размере от 20 до 50 тыс. рублей или дисквалификация на срок до 3 лет [3]. Еще активно реализовалась программа освобождения от ответственности лиц, добровольно оказавшихся от участия в антиконкурентных соглашениях и сообщивших об этом в антимонопольные органы. С соответствующими заявлениями в ФАС обратилось немалое количество компаний. Среди них крупнейшие финансовые организации («Сбербанк России», «Росгосстрах»); ведущие производители продуктов питания («Вимм-Билль-Данн», «Валио»); крупнейшие торговые сети («Тандер»-магазины «Магнит»); лидеры рынка телекоммуникаций («Нориа»), а также региональные нефтяные компании, хлебозаводы нескольких областей, предприятия деревообрабатывающей промышленности, производители контрольно – классовой техники [1, с. 49].

Таблица 1

**Статистика возбуждаемых дел по «Закону о защите конкуренции» за первые полугодия 2015 и 2016 гг.**

Статья Закона о защите конкуренции	Возбуждено дел в первом полугодии 2015 г.	Возбуждено дел в первом полугодии 2016 г.
Статья 11	215	222
В том числе:		
часть 1(картели) из них сговоры на торгах	161	168
часть 2 («вертикальные» соглашения)	1	1
часть 3(соглашения на рынке электронной энергии)	0	1
часть 4(иные соглашения)	42	38
часть 5 (координация экономической деятельности)	11	14
Статья 11.1	2	1
Статья 16	116	152

По данным таблицы можно сделать вывод, что в 2016 году было возбуждено больше дел, чем в 2015 году, это значит, что ФАС всеми силами пытается сделать свободную конкуренцию и эффективную защиту предпринимательства ради будущего России, наказывая нарушителей за свои деяния. Ведь главной целью ФАС является создание благоприятной конкурентной среды в экономике без картельных сговоров. В 2016 году ФАС обнаружила беспрецедентный по масштабам картельный сговор среди поставщиков силовых структур МВД, ФСБ и таможенной службы, в котором замешены 90 компаний, большинство из них производят одежду и амуницию. Сговор затронул 18 открытых аукционов на сумму в 3,5 млрд рублей. Решение ФАС России было поддержано судами. Участники картеля заплатили крупные административные штрафы.

В большинстве стран мира, картельные сговоры считаются самым мощным ограничением свободному действию рыночных сил и одной из главных проблем конкуренции. В США и Европе борьбу со сговорами ведут уже более ста лет. Были картели сталелитейные и железнодорожные, картели производителей удобрений и производителей оружия. Американские электротехнические компании намеренно сдерживали внедрение технологий, продлевающих срок службы электроламп. А финские производители асфальта разделили между собой национальный рынок, что позволило им за шесть лет поднять цены на свою продукцию почти в два раза. В 2001 году в странах Евросоюза за нарушения антимонопольного законодательства было наложено штрафов на 2 млрд евро. Самый громкий скандал в США: организаторы аукционов Sotheby's и Christie's были признаны виновными в сговоре

и оштрафованы на \$45 млн, а главный акционер Sotheby's 78-летний Альфред Таубман был приговорен к году тюремного заключения и штрафу в \$7,5 млн [4].

Развитие международного движения лиц, капиталов, товаров и оказания услуг – при всей выгоды этих процессов – увеличивает рост вероятности международных картелей. Для того чтобы эффективно их расследовать было создано международное сотрудничество конкурентных ведомств и правоохранительных органов на глобальных рынках, которые предусматривают обязательность запрета международных картелей, а именно «Международная конвенция по борьбе с картелями». Первые международные расследования выявили и подтвердили существующие пробелы в международно-правовом регулировании противодействия картелям. Например, дело о нарушении антимонопольного законодательства на рынке океанских контейнерных перевозок на направлении Юго-Восточная Азия – Российская Федерация (Санкт-Петербург). Ответчиками были компании из 10 различных юрисдикций, в том числе России, стран Азии и Европы. Географические границы товарного рынка охватили территорию 12 государств. Возможные вредные последствия антиконкурентного поведения могли иметь глобальное макроэкономическое значение. Эффективное расследование и сбор информации на таких глобальных рынках проблематичны без скоординированных действий антимонопольных органов всех заинтересованных стран.

Так как картели являются одной из страшных угроз современной экономики, для борьбы с ними нужно полное развитие антимонопольного законодательства, а также практики его применения на больших по масштабу предприятий. За последние годы статистика ФАС по возбуждаемым делам о картельных сговорах увеличилась, это значит, что ФАС стала глубже и усердней проверять все дела, на которые приходят жалобы. Главным образом вынесены новые поправки в законах, ужесточены санкции, все это сделано, для того чтобы уменьшилось количество тайных сговоров, и ничего не мешало конкуренции России развиваться со всеми ее преимуществами.

#### Литература

1. Кинёв А.Ю. Борьба с картелями в России // Современная конкуренция. – 2010. – № 6. – С. 43–51.
2. Минаев В.В. Экономический журнал. – Москва, 2016. – № 2(42). – С. 15–21.
3. Антимонопольная служба увеличит штрафы за картельные сговоры [Электронный ресурс]. URL: <http://fas.gov.ru/press-center/news/detail.html?id=48677> (дата обращения: 26.01.2017).
4. Козырев М.Н., Кашулинский М.В., Бураков И.В. Картельные сговоры в экономике [Электронный ресурс] // Forbes.ru. URL: <http://www.forbes.ru/forbes/issue/2004-07/20026-kartelnye-sgovory-v-ekonomike>

УДК 334

**С.А. Панченко, Н.В. Ковбун, студенты**

*Научный руководитель: Е.А. Бритикова, канд. социол. наук, ст. преподаватель  
г. Краснодар, Кубанский государственный аграрный университет им. И.Т. Трубилина*

## КРАУДФАНДИНГ – СИСТЕМА ИНВЕСТИРОВАНИЯ В РОССИИ И США

Краудфандинг (англ. Crowd – толпа, Funding – финансирование) – система добровольного финансирования, основанная на коллективных пожертвованиях, направленная на проведение мероприятий, например, стартап или поддержка бизнеса, внедрение инновации, реализация продукта и т.д. Иными словами, это народное финансирование с целью осуществления какого-либо проекта.

Как для больших, так и для малых объединений людей значимыми целями краудфандинга являются:

1. Поддержка политорганизаций;
2. Финансирование малого предпринимательства на этапе их создания;
3. Извлечение прибыли от инвестиционной деятельности;
4. Создание свободного программного обеспечения;
5. Социальная поддержка населению и др.

Выделим наиболее часто встречающиеся формы краудфандинга:

1. Пожертвование (финансирование средств без перспективы получения награды);
2. С целью выгоды (инвестирование средств, заключение договора, гарантирующего преимущества в доступности после реализации продукта или услуги);
3. Долговое финансирование (выдача средств под процент);



4. Акции (спонсор становится владельцем части средств организации, получая долю прибыли бизнеса).

Для успешного функционирования краудфандинга необходимо соблюдать несколько следующих правил:

1. Заявить цель,
2. Определить необходимую денежную сумму,
3. Составить калькуляцию всех расходов,
4. Предоставить открытый доступ по ходу сбора средств.

На основе анализа мирового опыта выделим следующие виды краудфандинга, которые можно разделить по разным критериям:

1) По целям – бизнес-проект, креативный проект, политический проект, социальный проект и т.п.;

2) По виду вознаграждения – без вознаграждения (пожертвование), нефинансовое вознаграждение, финансовое вознаграждение (краудинвестинг) [5, с. 7–8].

В России краудфандинг развивается менее успешно чем за рубежом, и, возможно, причиной этому стал тот факт, что в нашей стране этот феномен появился уже после того, как на западе получил свое широкое распространение. То есть, проще говоря, за рубежом (преимущественно в США) дела в этой сфере обстоят гораздо лучше, чем в России. Чтобы наиболее наглядно отразить данный факт, проведем сравнительную характеристику процесса краудфандинга в России и США (табл. 1) [3, с. 155].

Таблица 1

**Сравнительный анализ процесса краудфандинга в России и США**

Россия	США
нет высокобюджетных проектов	большое количество высокобюджетных проектов
узкий охват по областям применения	широкий охват по областям применения
маленькая аудитория	большая аудитория
решения о краудфандинге принимаются без предварительного планирования	предварительное планирование процесса краудфандинга
нет единого подхода к законодательному регулированию краудфандинга	создана единая законодательная база регулирования краудфандинга

Исходя из данных представленной таблицы можно сделать вывод, что отечественный краудфандинг нуждается в развитии и усовершенствовании, так как в России наблюдается отсутствие законодательной базы регулирующей краудфандинг, а также высокобюджетных проектов, маленький охват аудитории, использующей данный способ финансирования. Это можно объяснить недостаточной финансовой и информационно-технологической грамотностью населения, а также новизной данного явления в нашей стране.

В США же этот феномен появился гораздо раньше и уже успел получить достаточно широкое распространение и активную поддержку как со стороны народных масс, так и государственных структур, что объясняет его развитость в этой стране. Наиболее известной площадкой для краудфандинга в соединенных штатах является «Кикстартер» – это американская частная коммерческая компания, основанная в 2009 году, которая с помощью одноименного сайта (Kickstarter.com) предоставляет инструменты по сбору средств для общественного финансирования творческих проектов [4, с. 191]. Площадка Кикстартер стала родоначальницей поистине инновационной формы инвестирования в креативные решения. На сегодняшний день проект является лидером в своей сфере. С момента создания компании 13 млн человек поддержали проект, привлечено около \$ 2,9 млрд и 121179 проектов были успешно профинансированы. Кикстартер основывается на идее, что хорошая и грамотно поданная идея может получить огромную поддержку от большой группы людей.

Что касается России, то здесь идея краудфандинга не так обширна. Программы, которая повторила хотя бы часть успеха Кикстартера нет, но можно выделить один из крупнейших проектов Boomstarter – российский аналог Kickstarter, который действует по такому же принципу. Бумстартер поделился статистикой о своей работе и одной из самых главных цифр стала цифра о количестве привлеченных инвестиций за весь период работы. Она составляет 23 456 232 рубля. Эта цифра намного меньше, чем у американской платформы, но для молодого проекта вполне неплохо [1, с. 22].

Также существуют площадки для творческих проектов, наиболее значимыми являются Planeta.ru и Kroogi.

Кратко таблица краудфандинговых площадок, существующих на сегодняшний момент в России представлена в таблице 2 [6].

Краудфандинговые площадки в России

Название	Дата создания	Стадия развития	Какие проекты финансирует
Kroogi	2008	Работает	Творческие проекты
Электронный благотворительный ящик	2009	Работает	Социальные
Startapp	2009	Мертвый ресурс	Любые
ThankYou.ru	2010	Работает	Творческие проекты
Мой учитель	2010	Работает	Социальные
С миру по нитке	2010	Работает	Любые
Naparapet	2011	Мертвый ресурс	Творческие проекты
Startwithme	2011	Мертвый ресурс	Любые
Тугеза	2011	Работает	Социальные
Time-to-start	2011	Мёртвый ресурс	Любые
Спонсор Здесь	2011	Мёртвый ресурс	Любые
Первый капитал	2011	Мертвый ресурс	Творческие проекты
TartoStart	2011	Мертвый ресурс	Любые
ITRockOut	2012	Мертвый ресурс	Сервис заказа программного обеспечения в складчину
Planeta.ru	2012	Работает	Творческие проекты (но планируется раздел для стартапов)
Русини	2012	Мертвый ресурс	Социальные
Boomstarter.ru	2012	Работает	Любые
CrowdPress	2012	Мертвый ресурс	Творческие проекты
Гдемоиденьги.рф	2012	Мертвый ресурс	Любые
ClickStart	2012	Мёртвый ресурс	Любые

Как видно из таблицы 2 в России с 2008 года создавалось достаточно большое количество площадок для краудфандинга, но, к сожалению, до сегодняшнего дня «дожили» не все. Площадка под названием Naparapet, которая значится как творческая считается новой, но, к сожалению, дальше не продвинулась и сегодня считается мертвым проектом. Русини, CrowdPress и Гдемоиденьги.рф, объединенные Фондом Открытых Проектов никаких радужных результатов своей деятельности не имеют. На сайте Русини в графе «Уже собрано» значится всего 23 800 рублей, а CrowdPress, Гдемоиденьги.рф и TartoStart так и находятся в стадии разработки.

Не может не радовать тот факт, что особую стойкость показывают социальные проекты – хорошие и добрые дела продолжают делать Тугеза, Мой учитель, Помоги.org и Электронный благотворительный ящик.

Чтобы приблизить российский краудфандинг к американским показателям, необходимо вносить в массы идею о том, что добровольное пожертвование денежных средств на разработку действительно интересных проектов – дело полезное как морально, так и материально. Прежде всего люди должны понимать, что доходы в конечном итоге превысят вложения, конечно, если осуществлять краудфандинговые операции грамотно [2, с. 23].

Таким образом, краудфандинг – это многообещающая социальная технология, имеющая значительный потенциал в плане стимулирования предпринимательской деятельности и развития инновационных проектов.

#### Литература

1. Бритикова Е.А. Тенденции развития и поддержки малого бизнеса в условиях кризиса // Современные тенденции развития экономики и управления: проблемы и решения: Материалы международной научно-практической конференции. 2016. С. 21–25.
2. Бритикова Е.А., Куршубадзе Р.З. Использование маркетинга территорий для повышения конкурентоспособности экономики муниципального образования // Сборник статей третьей международной школы молодых ученых в области экономики и права на юге России. 2016. С. 21–23.
3. Седельников С.Р. Краудфандинг как инструмент финансирования стартапов в России // Проблемы современной экономики. № 4 (56). 2015. С. 154–157.
4. Чугреев В.Л. Краудфандинг – социальная технология коллективного финансирования: зарубежный опыт использования // Экономические и социальные перемены: факты, тенденции, прогноз. № 4 (28). 2013. С. 190–196.
5. Янова Е.А., Булатова М.А., Михалевский Д.А., Уфимцева А.Ю. Краудфандинг как альтернативный источник финансирования российских высших учебных заведений // Научный журнал КубГАУ. № 111(07). 2015. С. 1–16.
6. <http://rb.ru/news/kraudfanding-v-rossii>

**АНАЛИЗ ЖИЗНИ НАСЕЛЕНИЯ СТАВРОПОЛЬСКОГО КРАЯ**

В настоящее время, в период развития экономики России, проблемы уровня жизни населения и факторы, которые определяют его динамику, становятся очень актуальными. От их решения в значительной степени зависит нацеленность и темпы последующих преобразований не только внутри государства, но и общественно-политическая и финансовая устойчивость в обществе в целом. Разрешение данных трудностей потребует конкретной политики от государства, основным звеном которой был бы человек, его материальное благополучие, физиологическое и социальное состояние здоровья. Преобразования, которые несут перемены в уровне и качестве жизни, вызывают большую заинтересованность у различных слоев населения.

Одним из важных показателей социально-экономического состояния края является уровень жизни его населения. Он является своего рода итоговым показателем происходящих политических, экономических и социальных преобразований в регионе [2].

Материальное благополучие жителей региона отображает местные условия и требование, которые связаны с интенсивностью и масштабами развития частной собственности, в соответствии с этим и развитие системы трудовых отношений. Также материальное благосостояние выступает критерием инициативности краевой администрации по созданию хороших условий для жизни населения, в исследовании и осуществлении общественных проектов по защите интересов разных групп населения.

Материальное благосостояние населения региона отражает местные (региональные) факторы и условия, связанные с интенсивностью и масштабами формирования частной собственности, соответственно и формирование системы трудовых взаимоотношений, а также выступает мерой активности региональной администрации по созданию достойных условий для жизни населения, в разработке и реализации социальных программ по защите интересов различных групп населения.

Ставропольский край расположен на Юге России, находится в составе Северо-Кавказского Федерального округа и Северо-Кавказского экономического района Российской Федерации.

Общая численность жителей в Ставропольском крае – 2,8 млн человек, на территории – 66,2 тыс. кв. км, плотность населения составляет – 41 чел./кв. км.

Если рассматривать Ставропольский край в сравнении с другими населенными пунктами России, то можно заметить что по некоторым показателям уровень жизни в нем значительно уступает некоторым районам. Такое сравнение приведено в таблице 1 [3].

Таблица 1

**Сравнение качества жизни Ставропольского края с другими районами**

Субъект	ИРЧП (2011 г.)	ПС доходов (количество наборов ПМ)	Уровень бедности по доходам, %	Коэффициент Джини, доли от единицы	Душевой ВРП по ППС, долл.
Свердловская область	0,7	3,6	10,8	0,41	11866
Архангельская область	0,6	2,5	16,1	0,36	13675
Новгородская область	0,6	2,1	15,1	0,43	9637
Москва	0,8	6,1	12,4	0,56	41514
Самарская область	0,9	3,5	15,5	0,45	13056
Приморский край	0,6	2,0	20,7	0,37	9168
Ставропольский край	0,6	2,3	19,1	0,38	5604

Нам было проведен анализ, главной целью которого является поиск причин низкого уровня жизни людей в Ставропольском крае. Для него был использован комплекс статистических показателей из системы «Основные показатели уровня жизни населения в условиях рыночной экономики», в которой собрана наиболее точная информация по разным аспектам жизни [4].

Одним из основных показателей уровня жизни населения является прожиточный минимум, который формируется ежеквартально Правительством СК по различным социально-демографическим группам населения (табл. 2) [3].

Таблица 2

**Сумма прожиточного минимума в Ставропольском крае, руб.**

Показатели	2014 г. 2 квартал	2015 г. 2 квартал	2016 г. 2 квартал
На душу населения	7061	8513	8407
для трудоспособного населения	7500	9041	8916
для пенсионеров	5724	6907	6810
для детей	7213	8794	8742

Анализируя данные таблицы, можно сказать, что сумма прожиточного минимума за 2 квартал 2014 г., 2015 г. и 2016 г. не стабильна. В 2015 г. прожиточный минимум возрос по сравнению с 2014 годом, а во 2 квартале 2016 г. его величина понизилась. Такая тенденция говорит о шаткой социально-экономической ситуации в крае.

Удельный вес населения с денежными доходами, ниже прожиточного минимума, говорит об уровне бедности в крае. Но средние показатели по оплате труда искажают реальный доход населения и создают видимость благополучной ситуации [2].

Под материальными затратами населения понимают форму использования населения собственных денежных средств (доходов).

Доходы населения – денежные и натуральные средства, полученные и произведенные домашними хозяйствами за конкретный промежуток времени и создаются на основе труда работника или иных источников. Роль дохода в жизни человека обуславливается тем, что уровень и структура потребления населения прямо зависят от размера дохода.

За 2015 год среднедушевые номинальные денежные доходы населения Ставропольского края составили в среднем 22758,5 рубля, что говорит о росте на 5,4 процента к уровню предыдущего года.

Реальные располагаемые денежные доходы населения Ставропольского края по итогам отчетного года составили 91,9 процента.

В 2015 году средняя номинальная начисленная заработная плата одного работника в Ставропольском крае составила 23627,9 рубля, это свидетельствует об увеличении на 3,8% по сравнению с 2014 годом. Реальная средняя заработная плата за январь-декабрь отчетного года составила 89,7 процента.

На практике одним из общих показателей качества жизни применяется доля затрат в продукты питания в бюджете семьи и чем ниже данная доля, тем выше и лучше считается уровень жизни населения. В случае если происходит снижение доли затрат на продовольствие в общей сумме потребительских расходов по мере увеличения доходов жителей, то в таком случае это свидетельствует нам о повышении уровня жизни. Расходы населения Ставропольского края представлены более подробно в таблице 3 [3].

Таблица 3

**Состав материальных расходов жителей в Ставропольском крае, %**

Показатели	Январь – март	
	2016 г.	2015 г.
Материальные затраты, всего	100	100
в том числе:		
затраты на приобретение товаров	67,4	63,1
затраты за пользование услугами	19,0	18,4
платежи через банковские карты	1,0	1,7
обязательные взносы	5,0	5,0
сбережения	1,2	1,2
денежные средства на счетах предпринимателей	6,0	7,3
приобретение валюты	2,1	2,0
кредиты*	-1,7	3,7

\* – прирост ссудной задолженности (увеличение выданных кредитов)

+ уменьшение ссудной задолженности по кредитам

Проведя анализ состава материальных затрат, видим, что значительную часть расходов приходится на приобретение товаров и услуг. При этом важно отметить, что значительную часть занимают продовольственные товары, а покупательная способность населения на товары длительного пользования ничтожна.

Анализируя уровень жизни населения Ставропольского края, стоит отметить, что в крае также наблюдаются проблемы в здравоохранении и образовании. Совершенствование здравоохранения в Ставропольском крае, должно быть ориентировано на обеспечение доступности профессиональной

медицинской помощи жителям региона, а так же на развитие качества медицинских услуг в требуемом объеме, соответствующих уровню заболеваемости и потребностям людей, а также инновационными разработками в сфере медицины.

Приоритетным направлением деятельности здравоохранения является профилактика болезней и выработка у населения здорового образа жизни. Уже в начале 2015 года государственное бюджетное учреждение здравоохранения Ставропольского края «Ставропольский краевой центр медицинской профилактики» начало свою деятельность. По данным Ставропольстата в течение 5 лет можно проследить, что обеспеченность медицинскими услугами и учреждениями населения села в 2 раза ниже, чем в городах.

На 10 тыс. человек в сельских регионах приходится 54 больничных мест, в то время как в городах – 132 места. Обеспеченность сельского населения врачами меньше в 4,5 раза, а средним медицинским персоналом – в 2 раза по сравнению с городским населением. На сегодняшний день в Ставропольском крае остается актуальной проблема нехватки медицинских кадров. Показатель обеспеченности врачами на конец 2015 года составил 31,2 человека на 10 тыс. населения, что на 2,4 процента превышает уровень предыдущего года. По программам дополнительного профессионального образования направлено 1317 специалистов для обеспечения подготовки кадров высшей квалификации в интернатуру и ординатуру.

При анализе уровня и качества жизни жителей региона, целесообразно рассматривать так же и образование. Практически везде по региону наблюдается средний уровень образования, исключения составляют лишь Ставрополь и Пятигорск, которые достигли высокого уровня за счет насыщенности образовательными учреждениями.

Для того чтобы повысить качество жизни населению региона, следует проводить мероприятия, направленные на снижение разницы качества и уровня жизни в селах и городах. К таким мероприятиям можно отнести развитие малого и среднего предпринимательства, обеспечить регионы культурными, образовательными и медицинскими учреждениями в требуемом объеме.

Для преодоления вышеперечисленных неблагоприятных тенденций необходимо создать государственную Программу повышения уровня и качества жизни.

Приоритетным направлением такой программы должно быть восстановление у большинства уровня жизни, достигнутого на рубеже 90-х годов, а также создание нового качества жизни, соответствующего целям социальной рыночной экономики. Ключевыми задачами могли бы стать:

- недопущение последующего уничтожения минимальных социальных гарантий населения;
- рост действительной стоимости рабочей силы, мотивация к работе предпринимательской деятельности, возобновление в новейших обстоятельствах взаимосвязи доходов с увеличением производительности работы и эффективности предпринимательства;
- предоставление абсолютно всем имеющим необходимость прожиточного минимума за счет интенсивной государственной политической деятельности перераспределения доходов;
- преобразование с неполной стабилизации уровня жизни к стабилизации в основном.

В создаваемой программе необходимо нацелиться на решение таких задач как: рост уровня оплаты труда, государственное регулирование занятости; усовершенствование социального обеспечения; вложения в человеческий потенциал.

Мероприятия, проводимые по этим направлениям, наряду с другими мерами социальной направленности, прежде всего по повышению заработной платы и увеличению занятости населения, будут способствовать решению главной задачи – последовательного повышения уровня и качества жизни населения, сокращения бедности, обеспечения всеобщей доступности основных социальных услуг.

#### Литература

1. Бобков В.Н. Масловский-Мстиславский П.С. Динамика уровня жизни населения // Экономист. – 1994. – № 6. С. 23–35.
2. Постановление Правительства Ставропольского края от 14 августа 2012 г. N 289-п «Об установлении величины прожиточного минимума на душу населения и по основным социально-демографическим группам населения в Ставропольском крае за II квартал 2012 года» [Электронный ресурс] // Информационно-правовой портал Гарант.ру. – URL: [http://www.garant.ru/hotlaw/stav\\_real/416484/](http://www.garant.ru/hotlaw/stav_real/416484/) (дата обращения: 29.09.2012).
3. Райзберг Б.А., Лозовский Л.Ш., Стародубцева Е.Б. Современный экономический словарь. 5-е изд., перераб. и доп. М.: ИНФРА-М, 2006. С. 69–145.
4. Статистические показатели уровня и качества жизни населения Ставропольского края [Электронный ресурс] // Сайт Территориального органа Федеральной службы государственной статистики по Ставропольскому краю. – URL: [http://www.stavstat.ru/region\\_v\\_cifrah/uroven\\_zhizni/2007/](http://www.stavstat.ru/region_v_cifrah/uroven_zhizni/2007/) (дата обращения: 03.10.2012).

## **ИМИДЖ КАК ЭЛЕМЕНТ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ РЕГИОНА**

Российская Федерация состоит из множества регионов, каждый из которых имеет свои характерные особенности. Площадь территории, географическое положение и природные условия, преобладающие отрасли экономики, а также произошедшие значимые исторические события – все это формирует уникальный образ региона. Но тогда почему же не все регионы в силу своей особенности являются одинаково привлекательными для инвесторов? Ответ на этот вопрос фактически на поверхности. Убедить инвестора вложить деньги в развитие региона можно только одним способом – сформировав в его глазах максимально привлекательный имидж региона. Это очень похоже на то, как продавец всячески подчеркивает положительные стороны своего товара, чтобы повысить заинтересованность покупателя в нем. Разумеется, пример довольно грубый, но наглядный. Чтобы регион привлекал внимание инвесторов как объект вложения, нужно также подчеркнуть все его сильные стороны.

Итак, что же входит в понятие имидж региона? Определений этого понятия множество, но объединяет их одна общая суть – это сформировавшийся образ, мысленная картина в сознании целевой аудитории. Субъективное мнение людей о том или ином регионе формируется как на основе личных впечатлений, так и посредством СМИ, книг и фильмов, рассказов очевидцев, слухов, домыслов. Естественно, не все источники передают достоверную информацию, и именно отсюда берут начало возникающие противоречия в имидже одного и того же региона [8, с. 43].

Имидж региона выполняет сразу несколько социальных функций, но в данном случае внимание будет акцентироваться на одной из них – повышение привлекательности региона для инвесторов. Для успешной реализации данной функции, как уже говорилось ранее, необходимо представить инвестору полную, качественную, привлекательную картину региона. Но это выглядит так просто только лишь на словах. На практике же создание имиджа региона представляет собой сложный многогранный процесс, требующий детального рассмотрения каждого составляющего. Все элементы должны быть качественно проработаны в отдельности, но при этом формировать единую гармоничную картину в целом. Большинству регионов не хватает именно этой целостности и проработанности своего имиджа, обычно процесс его разработки хаотичен и изолирован. Единого алгоритма создания имиджа региона не существует, но есть ряд рекомендаций, выполняя которые можно добиться максимально высокого результата [9, с. 87].

Формирование имиджа региона – это еще не весь процесс, а лишь одна его составляющая часть. Комплекс мер по созданию имиджа региона включает в себя следующие элементы:

- позиционирование объекта;
- формирование положительного имиджа объекта;
- поддержание и повышение созданного имиджа;
- постоянная корректировка имиджа с ориентиром на конкурента.

Непосредственно формирование имиджа объекта является ключевым моментом, поэтому важно уделить особое внимание тому, как именно это должно происходить в идеале и как происходит на практике, сопровождая предложения реальными примерами, говорящими за себя [2, с. 6].

Условно можно разделить имидж региона на три крупных блока: геокультурное измерение, политико-экономическая ситуация, исторический контекст. Далее более подробно о каждом из них.

1. Геокультурное измерение. Если спросить у любого человека, что он думает о том или ином регионе, то первое, о чем он подумает – в какой части России он находится, а также какое население там проживает. В сознании людей сложились некие стереотипы о регионах Севера и Юга, Центра. Если это Север, то обычно представляются круглогодичные холода, добыча различных природных ископаемых, на которые богата эта часть России, судостроительство, рыбная ловля и т.д. Северяне кажутся флегматичными, аскетичными, идеологизированными. Южане, напротив, представляются темпераментными, коммерчески инициативными, гостеприимными, а сам юг России обычно ассоциируется с теплом, морем и горами. Центральная Россия в представлении людей – это центр страны во всех смыслах: в историческом, политическом и хозяйственном. Поэтому и о жителях думают, что они высокомерны и не очень общительны.

2. Политико-экономическая ситуация. Если глава региона инициативен, способствует развитию своего края (области), то о нем будут говорить в новостях. Это, конечно, поспособствует положительному политическому имиджу региона. Ведь именно репутация руководящих лиц региона со временем формирует в сознании людей устойчивое представление об уровне жизни «в тех краях». Кроме того, если в регионе превалирует определенная отрасль экономики либо производство «брендового» товара, это также довольно быстро распространяется среди людей, и вот уже Тульская область прочно ассоциируется с тульским пряником, Калининградская область – с янтарем, а Оренбургская область – со знаменитым оренбургским платком.

3. Исторический контекст поможет значительно усилить инвестиционную привлекательность региона. Случившиеся знаменитые исторические события положительно влияют на целевую аудиторию, формируя героический образ региона. Конечно, самым ярким примером служит столица – город Москва был полностью восстановлен после сильнейшего пожара в 1812 году, по одной из ведущих версий город подожгли сами россияне, дабы не отдавать город в руки врагу [3, с. 20].

На этих трех блоках базируется общественное мнение о том или ином регионе. И чтобы это мнение о регионе было исключительно положительным, а также, чтобы он был инвестиционно-привлекательным для внешних инвесторов, необходима как комплексная работа над общей картиной имиджа территории, так и проработка каждого направления в отдельности. Ранее говорилось, что мнение людей о регионе может основываться на личном опыте (посещение региона либо проживание какое-то время на его территории), а также из СМИ. Рассмотрим некий регион, имидж которого необходимо повысить. Можно ли как-то повлиять на субъективное мнение людей в целом и каждого человека в отдельности, которые посещают этот регион? Безусловно, да. На словах можно сказать все что угодно, но если целевая аудитория лично осмотрела местность и посетила значимые места, тут уж правда выплывает очень быстро. Итак, чтобы целевая аудитория при личном посещении региона увезла с собой исключительно положительные впечатления и, возможно, знаменитые сувениры, необходимо проработать на практике следующие моменты:

1. Гостеприимство. Первое, с чем сталкивается приезжий человек – это сфера обслуживания. Будь то аэропорт, вокзал или гостиница, иными словами, это самые первые места города, куда попадает человек. Само собой, нельзя заставить все население региона стать вежливым, гостеприимным и улыбаться каждому посетителю. Но это просто необходимо сделать в сфере обслуживания. Работники этой сферы должны проявлять максимум гостеприимства и доброжелательности по отношению к приезжим. И совсем не важно, приехал это простой житель соседней области или очень влиятельный человек, который присматривается к региону как к объекту вложения крупной суммы денег. Они оба участвуют в создании имиджа региона, поэтому важно установить одинаковый уровень гостеприимства для всех посетителей города-представителя региона. На практике же во многих городах радушно и тепло принимают лишь важных персон [1, с. 74].

2. Доступность гостиничного комплекса для людей с разным уровнем достатка. Это не менее важная мера, так как многие посещаемые города не ориентированы на туристов «разной величины». Стоит перенять зарубежный опыт – любой крупный и посещаемый город обязательно имеет в составе гостиничного комплекса hostels для бюджетных туристов, а также гостиницы разного уровня, который оценивается количеством звезд, вплоть до президентских номеров. И, конечно же, в гостиничном комплексе города вежливость и доброжелательность персонала обязательна [5, с. 42].

3. Озеленение и санитарное состояние местности. Внешняя привлекательность города формирует большую часть имиджа региона. При этом важно уделять внимание не только столице субъекта. Уровень озеленения, чистота на улицах, оформление центра города, состояние дорог – все это должно быть на высоком уровне. Нужно ли говорить о масштабе эффекта, который последует за осуществлением на практике этих мер?

4. Доступность исторических мест и памятников культуры для посещения. Исторический аспект, о котором говорилось ранее, очень хорошо сказывается на имидже не только города, но и всего региона, частью которого он является. Но в большинстве городов, богатых на исторические места, посетителю нужно заплатить немалые деньги, чтобы посмотреть на знаменитый памятник. Правильно ли это? Разве не разумнее было бы сделать большую часть таких мест бесплатными, ну или хотя бы доступными, чтобы как можно больше приезжих узнали об историческом значении города [7, с. 168].

5. Доступные цены на знаменитую сувенирную продукцию региона. Известные товары, которые производятся только на территории конкретного региона, пользуются спросом среди приезжих. Конечно, каждый захочет увезти с собой матрешку из Москвы на память, но не всех порадует цена. Естественно, это бизнес и хороший доход для экономики региона, поэтому цена должна быть сбалансирована, чтобы и покупатель был доволен, и региональный бюджет серьезно не пострадал [6, с. 122].

Предположим, все предложенные выше меры реализованы. Следующая область, требующая проработки – местные СМИ. Именно таким способом большинство людей, в том числе и целевая аудитория, узнают о событиях некоего региона, его политической и экономической ситуации. Жесткий контроль информации, попадающей в СМИ – необходимая мера, которую давно уже необходимо ввести по всей России. Дружественная держава нашей великой страны – Китай, уже давно ведет политику в области контроля Интернета и СМИ. По оценкам исследователей китайским властям удалось создать самую жесткую фильтрацию информации, которая предстает перед всеобщим вниманием. Такая мера принесет большие плоды, ведь целевая аудитория будет узнавать о некоем регионе предварительно отобранную информацию. Конечно, не нужно обманывать таким способом людей, создавая иллюзию идеального во всех отношениях субъекта, но установить пропорцию подаваемой информации в пользу положительных событий и явлений было бы оптимальным [4, с. 202].

Таким образом, имидж региона, как элемент его инвестиционной привлекательности, способен как привлечь инвесторов, так и полностью перекрыть поток возможных инвестиций. Инвестору необходимо доказать, что регион стоит его вложений. А сделать это можно только одним путем – создав привлекательный имидж. Работа над имиджем региона должна быть слаженной, комплексной и детальной. Нельзя проработать только отдельные его части, совсем не уделяя внимания остальным. Комплекс мер, перечисленных выше, не претендует на исчерпывающий перечень жестких требований. Скорее он носит рекомендательный характер возможных способов повышения уровня имиджа региона. Но тем не менее, с уверенностью можно сказать, что данные меры эффективны и результативны.

#### Литература

1. Абидова С.А., Дранникова Е.А., Лепяхова Е.Н. и др. Актуальные проблемы, тенденции и перспективы развития экономики региона: монография / С.А. Абидова, Е.А. Дранникова, Е.Н. Лепяхова и др.; под ред. В.Н. Медведевой. – Ставрополь: Издательско-информационный центр «Фабула», 2014.
2. Василенко И.А. Современный имидж российских регионов: проблемы формирования / И.А. Василенко // Мир и политика. № 12. 2012.
3. Выгонский С.И. Что такое региональный имидж? / С.И. Выгонский // Регион. – 2006. – № 6.
4. Лексютина Я.В. Политика китайского руководства в вопросах контроля и регулирования Интернета / Я.В. Лексютина // Общество и государство в Китае. Т. XLV. Ч. 1 / редколл. А.И. Кобзев и др. – М.: Федеральное государственное бюджетное учреждение науки Институт востоковедения Российской академии наук (ИВ РАН), 2015. – 718 с.
5. Медведева В.Н. Стратегическое управление социально-экономическим развитием муниципального образования / В.Н. Медведева // Вестник СтУ. – 2014. – № 19.
6. Попов Г.Ю. Алгоритм формирования стратегии социально-экономического развития муниципальных образований / Г.Ю. Попов, В.Н. Медведев // Вопросы образования и науки: теоретический и методический аспекты: сб. науч. тр. по материалам международной научно-практической конференции (31 мая 2014 г.): в 11 частях. – Тамбов: ООО «Консалтинговая компания ЮКОМ», 2014. – 172 с.
7. Попов Г.Ю. Формирование стратегии развития муниципального образования / Г.Ю. Попов, В.Н. Медведева // Актуальные проблемы современной науки – 2014. – Т. 168.
8. Проценко С.Н. Имидж региона как ключевой фактор инвестиционной привлекательности / С.Н. Проценко // Маркетинг в России и за рубежом. – 2007. – № 9.
9. Шумейко Н.Б. Оценка инвестиционной привлекательности региона / Н.Б. Шумейко // Актуальные вопросы экономических наук. – 2013. – № 33.

УДК 33, 334

*А.Р. Петросян, студент*

*О.И. Ковтун, канд. ист. наук, доцент*

*г. Новосибирск, Новосибирский государственный университет экономики и управления*

### РОЛЬ НОВАТОРСКОЙ МОДЕЛИ ПОВЕДЕНИЯ АГЕНТОВ В ЭКОНОМИЧЕСКОМ РАЗВИТИИ ФИРМЫ

Для развития как национальной экономики в целом, так и экономики каждой отдельной хозяйственной единицы, фирмы необходимо сбалансированное функционирование всех ее систем [1, с. 6] или структурных подразделений. Глобализация и усиление конкуренции в современном мире уже приводит к тому, что успешное экономическое развитие как на микро-, так и на макроуровне невозможно без внедрения инноваций. В фирме их внедрение повышает эффективность работы отдельно взятого сотрудника, структурного подразделения или компании в целом и помогает в борьбе с дру-



гими организациями за первое место на рынке. Двигателями инноваций в основном являются новаторы, но также присутствуют и консерваторы. Итак, рассмотрим подробно кто же такие новаторы и консерваторы.

Новатор – человек, который привносит новые и прогрессивные идеи для какой-либо деятельности.

Консерватор – человек, который отвергает новые идеи и придерживается старых традиций и порядков.

Почему новатор хочет выдвигать новые идеи? Есть несколько предпосылок:

1. Новатор творческий человек, он ищет новые идеи и внедряет их в своей организации;
2. Новаторы хотят расширять свою деятельность за счет внедрения новых технологий;
3. Новаторы – это неунывающие предприниматели, оптимисты, которые верят в свой успех;
4. Они обладают аналитическим складом ума, расчетливостью.

По мнению И. Шумпетера, новатор нарушает равновесие экономической системы, так как является движущей силой изменений рыночной экономики [5]. Я полностью согласна с этой мыслью, ведь благодаря деятельности новаторов экономика не стоит на месте.

Каждой из упомянутых моделей присуща определённая позитивная роль в хозяйственной деятельности. Консерваторы сохраняют сложившиеся традиции и стандарты до определенного момента, пока новаторы не выдвинут новые перспективные идеи.

Использование новых идей требует больших денежных затрат для новатора. Эти затраты включают в себя:

- поиск и обработка информации,
- заключения контрактов по внедрению новой идеи,
- выпуск новой продукции продвижения её на рынке,
- возможность внедрить новую организационную форму.

В начале своей деятельности новатор может нести убытки, но он повышает уровень своей рентабельности в силу увеличения объема продаж и расширения рынка сбыта. У новатора две перспективы: он может превратиться в консерватора или иметь успех в смежных областях.

В отличие от новатора у консерватора величина издержек ниже. Он снижает уровень рентабельности для того, чтобы остаться на рынке, компенсировать свои расходы на дорожающие ресурсы, сохранить цены на продукцию и не снижать объем продаж. Консерватор имеет тоже две перспективы: превратиться в новатора либо уйти с рынка.

В своей статье «Психологические факторы в анализе инновационного поведения и экономического развития» О.С. Сухарев выделяет интересную идею о том, что для экономики опасно как избыточное число консерваторов, так и избыточное число новаторов [7, с. 4]. С мнением автора нельзя не согласиться, так как большое число консерваторов может привести к препятствию внедрения новых технологий и функций, а большое число новаторов к избыточному спросу на инвестиционные ресурсы, что не соответствует экономическим возможностям.

Автор статьи отмечает, что новаторская модель более рискованна, потому что новые комбинации характеризуются большей величиной неопределенности, и риск такой деятельности будет выше [7, с. 6]. Неопределенность возникает из-за того, что невозможно заглянуть в будущее и невозможно оценить будущие изменения, информация в большинстве случаев неоднородна и асимметрична. Такая неопределенность способствует принятию любых экономических решений агентами. Чем выше неопределенность, тем сложнее принять верное решение.

Консервативная модель менее рискованна вследствие применения известных знаний, реализации производственной деятельности при меньших потребностях в кредите.

В неошумпетерианской теории экономический рост возможен за счет консервативной модели. А инновационная модель, наоборот, может привести к кризису и ухудшить состояние агентов [7, с. 8]. Эти экономические изменения можно было бы назвать отрицательной ветвью. Поэтому, главной задачей институтов является такое обеспечение новаторов и консерваторов, которое повысило бы эффективность их функционирования и обеспечивало бы положительный результат экономического развития.

В некоторых ситуациях инновации могут вызвать уменьшение комфорта агентов на рабочем месте, а также их дохода. Но бывают и обратные ситуации, когда инновационные проекты наоборот приводят к улучшению «рабочего климата» в коллективе, и поэтому достаточно быстро принимаются большинством коллектива, т.е. происходит достаточно успешная «институционализация» новых норм. Это такие инициативные предложения, которые исходят «снизу» от сотрудников, а не от управленцев. Приведем пример.

Для успешного распространения новых технологий кроме финансовой поддержки не менее важно формирование инновационной среды, способной воспринимать эти технологии [4, с. 96]. В Сбербанке в результате нововведений персонала появились инновационные площадки, которые и способствовали институционализации нововведений. Их целью является распространение информации о ведущихся разработках, их развитие и реализация, а также привлечение финансирования и организация рабочих групп в рамках сотрудничества на инновационной площадке. Основной идеей создания таких площадок является поддержка новых web-технологий их же создателями.

ОАО «Сбербанк России» можно назвать лидером внедрения инноваций среди отечественных организаций. С 2009 года в Сбербанке успешно работает выполненная в форме раздела корпоративного портала «Биржа идей». Она представляет собой единый механизм работы с инновационными и рационализаторскими предложениями. Сначала он был запущен для клиентов на внутреннем банковском портале, а с 2011 г. – и на внешнем портале [3, с. 153].

«Биржа идей» позволяет любому сотруднику Сбербанка зайти в неё и поместить в ней свою инновацию. Далее группа специально отобранных экспертов её рассматривает. Авторы тех идей, которые признаны успешными и будут использованы в работе банка, получают вознаграждение, которое будет соответствовать 10% от будущего экономического эффекта. На данный момент в системе «Биржа идей» зарегистрирована почти половина сотрудников банка, около 7% инноваций было внедрено за 2010 г., всего за период 2009–2011 гг. было подано 86 тыс. заявок. Благодаря «Бирже идей» в 2010 г. Сбербанк сэкономил 27,4 млн руб., а в 2011 г. – 17 млрд рублей. Авторы предложений, внедрённых в бизнес-процессы в 2010 г., получили 8,1 млн руб. В 2011 г. инноваторы получили вознаграждение на сумму 15 млн руб [3, с. 153]. Среди уже реализованных проектов:

- бесплатный Wi-Fi в некоторых отделениях банка,
- мониторинг прохождения документов,
- онлайн-консультирование,
- возможность для сотрудника Сбербанка получить кредит без предоставления справки о стаже и доходах.

Эти предложения удалось реализовать благодаря использованию инновационного потенциала сотрудников. Таким интересным опытом могут воспользоваться любые организации, вне зависимости от размера и отраслевой принадлежности фирмы.

В национальной экономике одними из стартовых площадок внедрения инноваций стали технологические парки, которые охватывают все процессы от фундаментальных научных исследований, опытного производства до реализации готовой продукции [2, с. 34].

Итак, выделяя две модели, можно сказать, что новаторы рискуют и не боятся экспериментировать, они внедряют новые технологии и услуги, а консерваторы эксплуатируют уже имеющиеся возможности, освоенные технологии. Нельзя сказать какая из этих двух моделей лучше, так как и новаторы, и консерваторы для успешной работы организации должны сосуществовать вместе. Организация производит старую продукцию, но при этом выпускаются новые продукты и осваиваются новые рынки. Такой союз новаторов и консерваторов создаёт прочность организации, помогает эффективно перераспределять ресурсы, что положительно сказывается на развитии организации.

#### Литература

1. Варакса А.М. Комплексный подход к изучению национальной экономики // Научные проблемы транспорта Сибири и Дальнего Востока. – 2015. – № 1. – С. 6–9.
2. Варакса А.М., Крымская О.Н. Специфика функционирования технологических парков в регионах РФ // Успехи современной науки и образования. – 2015. – № 4. – С. 34–36.
3. Долженко Р.А. Инновации в системе управления персоналом организации [Электронный ресурс] / Р.А. Долженко // Вестник Алтайского государственного аграрного университета. – 2013. – № 11. – С. 153. URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/innovatsii-v-sisteme-upravleniya-personalom-organizatsii>
4. Ковтун, О.И. К вопросу о роли государственного регулирования в организации инновационных и модернизационных процессов в российской экономике [Текст] / О.И. Ковтун // Качество и полезность и в экономической теории и практике: Материалы VII Всероссийской научно-практической конференции с международным участием (21 ноября 2014 г., Новосиб. гос. ун-т экономики и управления). – Новосибирск: НГУЭУ, 2014. – С. 94–97.
5. Новиков В.С. Инновации в туризме [Электронный ресурс]. М.: ИЦ «Академия», 2007. – С. 208. URL: [http://tourlib.net/books\\_tourism/novikov13.htm](http://tourlib.net/books_tourism/novikov13.htm)
6. Сухарев О.С. Проблемы институциональной экономики: факторы экономических изменений [Электронный ресурс] / О.С. Сухарев // Terra Economicus. – 2010. – № 4. URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/problems-institutional-economy-economic-factors>
7. Сухарев О.С. Психологические факторы в анализе инновационного поведения и экономического развития [Электронный документ] / О.С. Сухарев // Экономический анализ: теория и практика. – 2013. – № 11. – С. 4–8. URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/psihologicheskie-faktory-v-analize-innovatsionnogo-povedeniya-i-ekonomicheskogo-razvitiya>

## СТРАХОВАНИЕ В СЕЛЬСКОМ ХОЗЯЙСТВЕ

Сельскохозяйственная деятельность во все времена являлось довольно высокорисковой. Первоначальной угрозой всегда служат неблагоприятные погодные условия, которые негативно сказываются на количестве и качестве собранного урожая. Когда в иных сферах деятельности спрогнозировать риски более или менее возможно с помощью современных аналитических систем и инструментов. То спрогнозировать резкие перепады температур, несвоевременные морозы, сильные ветра, осадки в виде града, неконтролируемые возгорания и прочие риски не возможно. Отсюда и берет начало необходимость сельскохозяйственного страхования. И на сегодняшний день эта отрасль страхового дела является вполне сформированной и продолжает активно развиваться [5].

Изначально главными производителями сельскохозяйственной продукции были колхозы и совхозы. После распада СССР они не выдержали конкуренцию в условиях рынка и на смену им пришли крестьянские или фермерские хозяйства, которые занимались производством, переработкой, перевозкой, хранением и реализацией различной сельскохозяйственной продукцию.

На Руси еще в эпоху Ярослава Мудрого существовало страхование сельского хозяйства. Большое распространение оно получило в связи с отменой крепостничества и развитием земского и взаимного крестьянского страхования. Объектом подобных действий являлись сельские общины. Широко распространено было страхование пожитков от пожара, полей от града, животных от падежа, виноградников от филлоксеры [4].

Сегодня существует несколько моделей страхования:

- долевое участие государства в страховых премиях через специальных правительственных агентов и создание государственного страхового резерва. При этом доля участия государства составляет 50%;

- объединения страховщиков;
- сельскохозяйственные страховые кооперативы;

Стоит отметить, что страхование урожая не является единственной проблемой предприятий. Существуют и другие объекты для страхования. Страхование возможно в отношении:

- посевов сельскохозяйственных культур;
- мелкого и крупного рогатого скота, лошадей, свиней, домашней птицы, пушного зверя, рыбных ферм, пастбищ и прочих сельскохозяйственных животных;
- многолетних насаждений;
- сельскохозяйственных построек, инвентаря, транспортных средств и агротехники, оборудования, рыболовных судов, сырья и готовой продукции.

Понятие страхового события подразумевает под собой то событие, от наступления которого был застрахован установленный объект и влечет за собой выплату страхового возмещения.

Страхователь в праве самостоятельно определить, от каких событий он хочет застраховать те или иные объекты своего хозяйства. Соответственно, чем больше возможных событий он выберет, тем больше будет страховая сумма.

Так же стоит отметить появление мультирискового вида страхования в сфере страхования сельского хозяйства. Оно подразумевает страхование объектов практически от всех рисков. Но в свою очередь является очень дорогой услугой и, как правило, происходит только после получения специальных государственных субсидий.

Рассмотрим виды страховых событий для различных объектов страхования.

Посевы сельскохозяйственных культур чаще подвержены повреждению или полной гибели в результате стихийных и погодных событий, болезней, пожаров, вредителей.

Урожай необходимо страховать от его уничтожения в результате различных факторов, а так же неполучения дохода от его реализации. Страховая сумма составляет 50–70% средней стоимости урожая с гектара.

По отношению к животным страховыми событиями будут их гибель в результате стихийных бедствий, пожаров, болезней, замерзания, солнечного удара, утопления, падения, удушья, нападения диких зверей, укусов ядовитых насекомых или змей, попадания под транспортное средство, от-

равления, вынужденного убоя вследствие распоряжения ветеринарной службы, а так же от хищений. Страховая сумма не превышает их действительную стоимость.

Имущество сельхоз назначения страхуется от повреждений или уничтожения в результате удара молнии, стихийных бедствий, пожара, взрыва, аварии, просадки грунта и действия подпочвенных вод. Страховая сумма для этих объектов не превышает их действительную или остаточную стоимость.

Многолетние насаждения, кроме перечисленного, могут погибнуть в результате заморозков, засухи, вредителей и болезни. Страховая сумма выглядит аналогично посевам и урожаю, то есть 50-70% от урожая с одного гектара.

К страховым событиям по отношению к рыболовецким и другим транспортным судам, а также орудиям лова страховыми событиями будут их повреждение или гибель в результате стихийных событий, пожара, аварии, взрыва, посадки на мель, пропажи без вести [4].

Некоторые страховые компании предлагают программы комплексного страхования фермерских хозяйств, которые одновременно включают себя страхование домов, страхование сельхозживотных, лошадей, убытков от града и огня, мультирисковое страхование урожая либо озимых, страхование посевов исходя из индекса урожайности за последние 15 лет в районе, страхование на период полного аграрного цикла, страхование многолетних плодово-ягодных культур, а так же страхование сельскохозяйственной техники [2].

Этап страхования сельскохозяйственных объектов очень ответственный процесс. При составлении договора следует обратить внимание на многие условия:

- изучить какие доказательства необходимо будет предоставить при наступлении страхового случая;
- как будет рассчитан размер возмещения;
- стоимость страхования;
- порядок выплаты возмещения.

Этап наступления страхового случая тоже требует выполнения обязательных мероприятий. Чтобы получить выплаты возмещения застрахованное лицо должно:

- своевременно сообщать о факте страхового случая;
- предоставить статистическую документацию, подтверждающую недобор продукции;
- в срок уведомлять страховые организации о проведении контрольных проверок, обследований застрахованных объектов;
- предоставить справку из Росгидрометцентра о наступлении опасного стихийного явления в период производства застрахованной продукции.

В настоящее время при всей своей необходимости страхование еще не набрало ту популярность. Лишь около пятнадцати процентов сельхозпроизводителей.

Также стоит отметить, что сегодня в системе сельхозстрахования существует ряд проблем. К ним можно причислить:

- отсутствие законов в этой области;
- недостаточное количество и профессионализм специалистов в этой сфере страхования;
- отсутствие свободных средств для страхования у потенциальных клиентов;
- очень большое количество разнообразных рисков, включающихся в договор страхования;
- продолжительный срок страхования (до пяти лет);
- немалые страховые взносы.

Для более широкого распространения агрострахования и снижения этим рисков в ведении хозяйства аграриями необходимо развитие разных конкурирующих его форм [1, с. 341].

Удачное решение этого вопроса – сельскохозяйственные страховые кооперативы. В этих структурах формируется резервный (гарантийный) фонд, помогающий обеспечить платежеспособность кооперативов.

При крупном ущербе и недостаточности таких фондов государство пополняет их через бюджетные субсидии или же выделение льготных кредитов.

Действенный рычаг увеличения плавучести таких организаций – инвестиционная деятельность, доходы от которой направляются на снижение страховых тарифов или же полное освобождение отдельных хозяйств от очередных взносов.

Такие сельскохозяйственные страховые кооперативы существуют уже в Самарской и Астраханской областях, а также в Якутии. Они объединяют еще немного фермерских хозяйств и лишь набирают опыт в данной сфере.

Успешность производства в фермерских хозяйствах зависит в немалой степени от сюрпризов природы. Снизить их риски помогает страхование построек, урожая, техники, скота, инвентаря и прочее [3, с. 217].

При значительном ущербе большую помощь оказывают госпрограммы поддержки фермеров.

Сельскохозяйственные страховые кооперативы также являются действенной формой некоммерческого страхования и средством для увеличения доступности такой защиты.

Виды страхования фермерства постоянно увеличиваются и совершенствуются.

#### Литература

1. Сплетуков Ю.А., Дюжиков Е. Ф., Страхование: Учебное пособие. / Ю.А Сплетуков, Е. Ф. Дюжиков. – М.: ИНФРА-М, 2010. – 341 с.
2. Юсупова Г.Л. Оценка внешних факторов экономического риска сельскохозяйственных предприятий / Г.Л. Юсупова // Актуальные вопросы финансовых отношений в сельском хозяйстве: Сборник научных трудов. – Ульяновск, 2001. – С. 69–73.
3. Яковлева Т.А., Шевченко О.Ю. Страхование: Учеб. пособие / Т.А. Яковлева. – М.: Юрист, 2013. – 217 с.
4. Отвечает ли сельскохозяйственное страхование сегодняшним потребностям сельхозпроизводителей [Электронный ресурс] // Интернет-журнал strahovkunado.ru. – URL: <http://strahovkunado.ru/insur/strakhovanie-fermerov.html>
5. Виды сельскохозяйственного страхования [Электронный ресурс] // Интернет-журнал «Финансовые советы». – URL: <http://finansovyvesovety.ru/vidy-selskohozyaystvennogo-strahovaniya>

УДК 336.76(470+571)

**М.В. Пирожок, студент**

**И.А. Дикарева, ст. преподаватель**

*г. Краснодар, Кубанский государственный аграрный университет им. И.Т. Трубилина*

## ОСОБЕННОСТИ РЫНКА ГОСУДАРСТВЕННЫХ ЦЕННЫХ БУМАГ

Говоря о государственных ценных бумагах (ГЦБ), мы подразумеваем: облигации, казначейские векселя и другие государственные обязательства, которые могут быть эмитированы как центральными правительствами государства, так и местными органами управления и власти, которые выпускаются для целей покрытия дефицита бюджета страны или региона. Также ГЦБ используется для некоторых других целей, в том числе:

- для погашения ранее выпущенных размещенных государственных займов;
- кассового исполнения государственного бюджета;
- обеспечения равномерности в поступлении налоговых платежей на протяжении финансового года;
- для финансирования целевых программ;
- для финансовой поддержки учреждений и организаций, которые имеют общенациональное экономическое и социальное значение.

Поэтому, государственные ценные бумаги могут быть эмитированы, от имени центрального правительства государства или, от имени местных органов власти. Но, любые виды государственных ценных бумаг, имеют неременную гарантию правительства. Отметим, однако, что муниципальные ценные бумаги в РФ государством не гарантируются.

Государственные ценные бумаги могут быть классифицированы (табл. 1, 2).

Таблица 1

#### Классификация государственных ценных бумаг

№ пп	Вид государственных ценных бумаг	Подразделение государственных ценных бумаг по видам
1	Рыночные государственные ценные бумаги	Ноты
		Казначейские векселя
		Боны
2	Нерыночные государственные ценные бумаги	Сберегательные бонды
		Сберегательные сертификаты и т. п.

Классификация государственных ценных бумаг по срокам действия

№ пп	Срок действия	Вид государственной ценной бумаги
1	2	3
1	Краткосрочные	Казначейские векселя, на срок от недели до 1 года
2	Среднесрочные	Ноты, на срок от 1 года до 5 лет
3	Долгосрочные	Боны, на срок более 5 лет

В исторической ретроспективе, мы можем отметить, что в Российской империи производилась так же эмиссия бессрчных государственных облигаций. Бессрчные государственные облигации в настоящее время так же продолжают использоваться в некоторых развитых странах мира.

Государственные ценные бумаги выпускаются, главным образом, для того, чтобы привлечь к государственному финансированию сбережения населения, а также временно свободные средства юридических лиц. Выпуск государственных ценных бумаг является одним из инструментов денежно-кредитного регулирования государством.

Государственные ценные бумаги могут предъявляться инвестором к оплате в любой момент. Данные виды государственных ценных бумаг, выпускаются, главным образом, для того, чтобы привлечь в область государственного кредита сбережения населения и могут предъявляться инвестором к оплате в любой момент, однако, в случае досрочного предъявления выплаты по ним процентных доходов, резко снижаются.

Отметим, что механизм государственного финансового рынка ценных бумаг, подвергается значительным изменениям в области автоматизации и компьютеризации, которые следуют за развитием научно-технического прогресса. Результатом этого становится необходимость совершенствования рынка государственных ценных бумаг, предложения новых путей его развития. При этом, рынок государственных ценных бумаг наполняется ценными бумагами центрального правительства, муниципальными ценными бумагами, ценными бумагами государственных учреждений, а так же, ценными бумагами, которым получают статус государственных. В данной номенклатуре ценных бумаг, так же, постоянно производится оптимизация и обновления, которые, так же, призваны, в наибольшей степени, привлекать внимание и интерес инвесторов.

Разные виды государственных ценных бумаг выпускаются фактически ежегодно, и сегодня, на фондовом рынке, имеются в обращении такие виды государственных ценных бумаг: ГКО – государственная краткосрочная бескупонная облигация, ОФЗ – облигация федерального займа, ОСЗ – облигация сберегательного займа, КО – казначейское обязательство, ОВВЗ – облигация внутреннего государственного займа.

Рынок государственных ценных бумаг представляет собой особую форму торговли финансовыми ресурсами, опосредованную эмиссией и организацией обращения государственных ценных бумаг. Как отмечалось, данный рынок является важнейший элементом полноценного фондового рынка любой из стран. При этом, в странах с развитой рыночной экономикой, фондовый рынок государственных ценных бумаг имеет определенные функции:

1. Осуществление централизованного заимствования государством денежных средств, являющихся, временно свободными, в коммерческих банках, инвестиционных и финансовых компаниях, различных частных корпорациях и у населения. Средства, полученные таким образом, традиционным образом используются при не инфляционном финансировании дефицита бюджета государства. Или же, при помощи средств, полученных от реализации государственных ценных бумаг, государство, может покрывать дефицит государственного бюджета, не прибегая к денежной эмиссии, то есть, не разогревая инфляцию;

2. Разнообразные государственные ценные бумаги используются активно в случае проведения центральными банками государств, активной денежно-кредитной политики. На практике же, данная политика представляет собой регулирование денежной массы, находящейся в обращении, при помощи государственных обязательств;

3. Государственные ценные бумаги являются наиболее надежными и ликвидными активами, которые используются для поддержания ликвидности балансов финансовых учреждений и других, финансово-кредитных институтов. Таким образом, государственные ценные бумаги становятся главной базой, при формировании развитого отечественного фондового рынка, при условии, что они будут размещаться на условиях, определяющихся конъюнктурой рынка. Распространение и обращение государственных ценных бумаг в значительной степени осуществляется при помощи коммерческих банков, которые приобретают и продают их на фондовых рынках. Данные банки, таким образом, имеют одно из ведущих мест в структуре фондового рынка государственных ценных бумаг. Не

меньшую роль, коммерческие банки, имеют на рынке государственных ценных бумаг, как дилеры, через руки которых, идет движение огромного числа государственных ценных бумаг.

Структура рынка государственных ценных бумаг может быть представлена, как первичная и вторичная с точки зрения того времени, в которое производится определенная операция. С точки же зрения организации этого рынка, он подразделяется на биржевой и внебиржевой.

Целый пакет нормативно-правовых актов регулирует отношения по поводу эмиссии и обращения государственных ценных бумаг и определяет некоторые аспекты по функционированию данного рынка. Основополагающими принципами политики государства в области управления государственным долгом, являются положения, изложенные в Конституции РФ, поскольку в ней предусматривается то, что «государственные займы выпускаются в порядке, определяемом федеральным законом, и размещаются на добровольной основе» [ст. 75 п. 4]. Государственное участие в любых имущественных отношениях определено рамками Гражданского кодекса Российской Федерации [гл. 5 ст. 124–127 ГК РФ] Главным же правовым регулятором государственных финансовых обязательств, выполняет все же Бюджетный кодекс России.

Бюджетный кодекс Российской Федерации предусматривает для региональных и муниципальных заемщиков, некоторые ограничения на предельные размеры долга, а так же, на совокупные объемы заимствований этих заемщиков. Данное обстоятельство является общепринятым в мировой практике и соответствует тем рекомендациям, которые обозначает Международный валютный фонд, в числе членов которого, находится, в том числе, и Российская Федерация, и которая, соответственно, несет все международные обязательства, вытекающие из участия России в этой организации.

Закон «Об особенностях эмиссии и обращения государственных и муниципальных ценных бумаг» от 29.07.1998 г. № 136-ФЗ устанавливает позиции по государственным и муниципальным ценным бумагам, которые могут быть выпущены в форме облигаций и других ценных бумаг. Предоставляющих право на получение номинальной стоимости или иного имущественного эквивалента, с одновременной уплатой процентов или без уплаты таковых.

Значительную роль имеют нормативные акты, которые определяют условия выпуска отдельных видов ценных бумаг. В этом смысле, показательны Приказ Министерства финансов РФ от 16 августа 2001 г. № 65н «Об утверждении условий эмиссии и обращения облигаций федерального займа с постоянным купонным доходом» [10] и Постановление Правительства Российской Федерации от 15 мая 1995 г. № 458 «О Генеральных условиях эмиссии и обращения облигаций федеральных займов». Также, к числу нормативно правовых актов, регулирующих эмиссию и обращение государственных ценных бумаг необходимо отнести Положение банка Российской Федерации «Об обслуживании и обращении выпусков федеральных государственных ценных бумаг» от 25.03.2003 г. № 219-П.

Таким образом, рынок государственных ценных бумаг представляет собой особую форму торговли финансовыми ресурсами, опосредованную эмиссией и организацией обращения государственных ценных бумаг. Государственные ценные бумаги представляют собою одну из основ формирования развитого отечественного фондового рынка, при условии, что они будут размещаться на условиях, определяющихся конъюнктурой рынка.

Использование государственных ценных бумаг в целом, можно считать эффективным и оправданным долговым инструментом для государства. При этом, широкий спектр инструментов, используемых в заемных отношениях, дает возможность государству решать текущие и перспективные, стратегические задачи.

#### Литература

1. Конституция Российской Федерации [Электронный ресурс]. URL: <http://www.constitution.ru/> (дата обращения: 25.10.2016).
2. Гражданский кодекс Российской Федерации [Электронный ресурс]. URL: <http://base.garant.ru/10164072/> (дата обращения: 25.10.2016).
3. Бюджетный кодекс Российской Федерации [Электронный ресурс]. URL: <http://www.consultant.ru/popular/budget/> (дата обращения: 18.10.2016).
4. «Об особенностях эмиссии и обращения государственных и муниципальных ценных бумаг» (с изменениями и дополнениями): Федеральный закон от 29 июля 1998 г. N 136-ФЗ [Электронный ресурс]. URL: <http://base.garant.ru/12112511/#help#ixzz3e4ELMJg1> (дата обращения: 25.10.2016).
5. «Об особенностях эмиссии и обращения государственных и муниципальных ценных бумаг»: Федеральный закон от 29.07.1998 N 136-ФЗ [Электронный ресурс]. URL: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_131175/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_131175/) (дата обращения: 25.10.2016).
6. «О рынке ценных бумаг» (О РЦБ): Федеральный закон от 22.04.1996 N 39-ФЗ [Электронный ресурс]. URL: <http://www.consultant.ru/popular/cenbum> (дата обращения: 25.06.2015).
7. Аджиева А.Ю. Роль и значение аграрно-промышленной интеграции в условиях финансового кризиса // Terra Economicus. 2009. Т. 7. № 3-2. С. 75–79.

8. Мисаков А.В., Аджиева А.Ю., Дикарева И.А. Задачи аудита финансовых результатов // International scientific review. 2016. № 11 (21). С. 54–56.
9. Дикарева И.А., Баранников А.А. Комплексный дуаспективный анализ механизма функционирования российских фондовых бирж // Политематический сетевой электронный научный журнал Кубанского государственного аграрного университета. 2014. № 96. С. 484–510.
10. Аджиева А.Ю., Дикарева И.А. Некоторые подходы к аудиту финансовых результатов // Новая наука: Теоретический и практический взгляд / отв. ред. И.Н. Пилипчук. 2016. С. 241–244.
11. Аджиева А.Ю., Дикарева И.А. Необходимость внедрения системы внутреннего контроля на предприятии и пути совершенствования // Новая наука: Теоретический и практический взгляд / отв. ред. И.Н. Пилипчук. 2016. С. 245–247.

**УДК 336.76(470+571)**

***А.А. Позднякова, студент  
И.А. Дикарева, ст. преподаватель***

*г. Краснодар, Кубанский государственный аграрный университет им. И.Т. Трубилина*

## **ОСОБЕННОСТИ БИРЖЕВОЙ ТОРГОВЛИ РОССИЙСКОГО РЫНКА ЦЕННЫХ БУМАГ**

Фондовый рынок является одним из наиболее эффективных инструментов для стимулирования роста экономики. Именно с его помощью средства зарубежных и российских инвесторов способствуют стимулированию развития. Не очень большой объем фондового рынка – это одна из тех причин, из-за которой темпы роста российской экономики желают оставить лучшего. Характерной чертой российского фондового рынка является довольно высокий объем государственных долговых обязательств и голубых фишек. Необходимо отметить, что фондовый рынок привлекает инвесторов именно биржевой частью.

В любой стране рынок ценных бумаг непосредственно имеет тесную взаимосвязь, как с национальной экономикой, так и с событиями, которые происходят на мировых финансовых рынках. На фондовый рынок оказывают влияние экономические и политические, внешние и внутренние факторы.

Учитывая современную ситуацию на фондовом рынке, стоит отметить международное взаимодействие капиталов. Следовательно, такая тесная связь способна привести к колебаниям на фондовом рынке разных стран.

Современное состояние и проблемы организации биржевой торговли в России

В настоящее время согласно данным Службы Банка России по финансовым рынкам по состоянию на 31.12.2015 в Российской Федерации деятельность по организации торгов осуществляют 9 бирж:

- Публичное акционерное общество «Московская Биржа ММВБ-РТС»;
- Публичное акционерное общество «Санкт-Петербургская биржа»;
- Акционерное общество «Московская энергетическая биржа»;
- Закрытое акционерное общество «Санкт-Петербургская Международная Товарно-сырьевая Биржа»;
- Закрытое акционерное общество «Биржа «Санкт-Петербург»;
- Закрытое акционерное общество «Санкт-Петербургская Валютная Биржа»;
- Закрытое акционерное общество «Фондовая биржа ММВБ»;
- Закрытое акционерное общество «Национальная товарная биржа»;
- Акционерное общество «Крымская биржа» [3].

Фактически же большая часть торгов происходит на Московской бирже, а также на Санкт-Петербургской валютной бирже и фондовой бирже Санкт-Петербурга.

ПАО Московская биржа появилась в декабре 2011 г. в результате объединения РТС (Российская торговая система) и ММВБ (Московская межбанковская валютная биржа). В настоящее время российский фондовый рынок относится к развивающимся. В связи с этим остаются нерешенными многие проблемы и базовые вопросы его функционирования.

В связи с резким падением курса рубля в 2014–2015 гг. поведение фондовых индексов акций, номинированных в российской и иностранной валютах, существенно отличается.

На рис. 1 и 2 представлены графики индексов ММВБ и РТС на историческом интервале 2005–2015 гг. и в 2015 г.



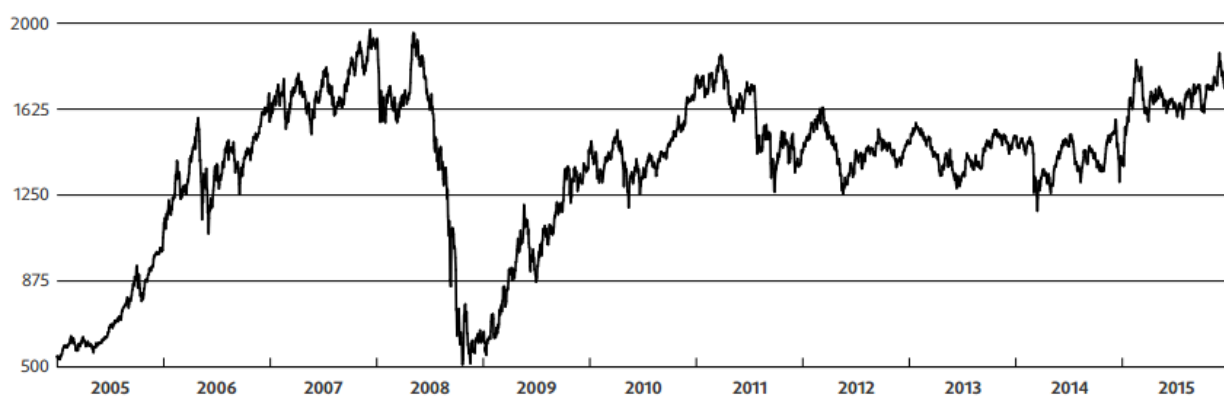


Рис. 1. Динамика индекса ММВБ 2005–2015 [6]

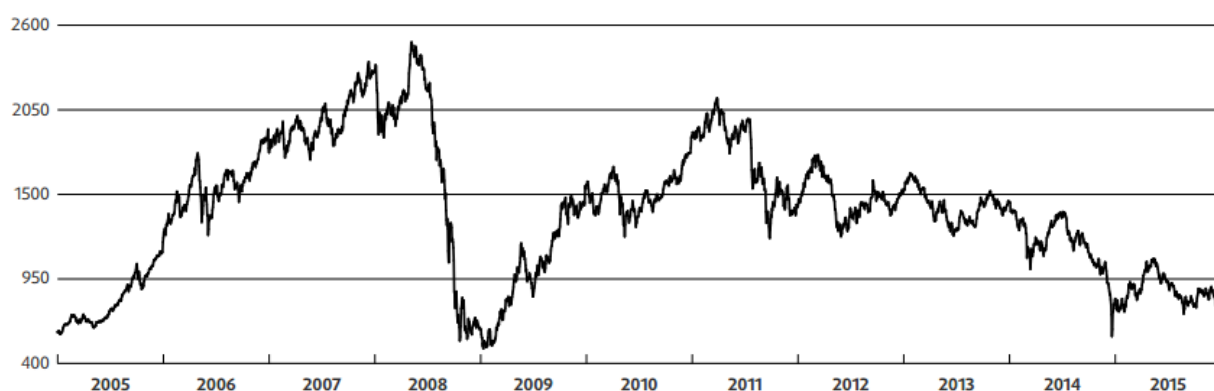


Рис. 2. Динамика индекса РТС 2005–2015 [6]

Индекс ММВБ, рассчитываемый в рублях, продемонстрировал два периода роста (в начале и в конце года), а большую часть года (апрель – октябрь) находился в боковом тренде на среднем уровне 1670. Первый пик индекса пришелся на подписание в Минске мирного плана по Украине в формате «нормандской четверки» (13 февраля 2015 г.), второй пик зафиксирован 23 ноября 2015 г., его трудно привязать к каким-либо событиям.

Обращает внимание, что достаточно важные внутренние и внешние события, такие как начало операции российских воздушно-космических сил в Сирии, снижение рейтингов или продление санкций против России, если и оказывали давление на Индекс ММВБ, то только в незначительной степени и на короткий период. Также не выявлено особого влияния на этот индекс событий на внешних финансовых рынках, таких как падение китайского рынка или процесс переговоров между Грецией и ее кредиторами.

В итоге за 2015 г. доходность российского рынка акций по рублевому Индексу ММВБ составила 22,7% годовых, это лучший результат за последние пять лет. На более продолжительном интервале боковой тренд второй половины 2011–2013 гг. с колебаниями относительно уровня 1400 сменился в 2014–2015 гг. ростом, и Индекс ММВБ тестировал уровни выше 1800, характерные для первой половины 2011 г.

Индекс РТС (рассчитывается в долларах США) испытал давление, связанное с обесцениванием рубля. В начале года он в целом рос и достиг в середине мая максимума 1082, увеличившись с начала года на 42,2%. Затем началось падение, продолжавшееся до середины августа, когда индекс снизился до 724 пунктов. Далее наблюдалась стабилизация, которая сменилась еще одним падением в ноябре–декабре. Индекс РТС оказался более чувствительным к внешним событиям. В ответ на снижение 26 января 2015 г. рейтинга от агентства S&P он упал на 4,8%, а 24 августа 2015 г., после падения фондового рынка США, снизился на 4,9%. Тем не менее на фоне общей высокой волатильности индекса многие события, которые, по идее, должны были бы влиять поведение Индекса РТС, остались незамеченными. В итоге за 2015 г. доходность российского рынка акций по Индексу РТС составила минус 0,6% годовых, в отрицательной зоне этот индекс находится уже третий год подряд.

На более продолжительном интервале (2011–2015 гг.) Индекс РТС демонстрирует долгосрочный понижительный тренд и начал приближаться к уровням конца 2008 – начала 2009 гг.

Таблица 1

Матрица корреляции фондовых индексов акций в 2015 году [6]

	A	B	C	D	E	F	G	H	I
A Индекс ММВБ	1,00								
B Нефтегазовая отрасль	0,97	1,00							
C Химия и нефтехимия	0,57	0,64	1,00						
D Телекоммуникации	0,29	0,22	-0,44	1,00					
E Металлургия и горнодобыча	0,31	0,32	0,14	0,22	1,00				
F Электроэнергетика	0,34	0,34	-0,01	0,42	-0,36	1,00			
G Промышленность	0,32	0,42	0,45	-0,07	-0,46	0,74	1,00		
H Потребительские товары	0,72	0,70	0,61	0,12	-0,10	0,53	0,53	1,00	
I Финансы	0,67	0,68	0,78	-0,30	-0,26	0,33	0,67	0,70	1,00
J Транспорт	0,69	0,61	0,59	-0,17	0,00	-0,06	0,08	0,58	0,73

По итогам 2015 г. все отраслевые индексы, рассчитываемые в российской валюте, показали положительную доходность. За одиннадцать последних лет такая ситуация возникала четыре раза: в 2005, 2006, 2009 и 2010 годах.

Максимальную доходность (71,4% годовых) в 2015 г. показал отраслевой индекс химии и нефтехимии, минимальную (7,2% годовых) – индекс металлургии и горнодобычи. Единственный индекс, который показывает положительную доходность начиная с 2009 г., – индекс нефтегазовой отрасли. Между основным и отраслевыми индексами во многих случаях отмечается достаточно высокая положительная корреляция (см. табл. 1). Как и в прошлые годы, в наибольшей степени статистическая зависимость от основного индекса выявлена для отраслевых индексов нефтегазовой отрасли и потребительских товаров. В наименьшей – для индекса телекоммуникаций. Случаи отрицательной корреляции основного и отраслевых индексов не выявлены, наоборот, в 2015 г. корреляция между Индексом ММВБ и отраслевыми индексами усилилась.

Проблемы российского рынка ценных бумаг на современном этапе.

С конца 2010 года происходит отток капитала из России, снижается активность международных инвесторов и торгов на фондовой секции ММВБ, замедляются темпы экономического роста как следствие посткризисного восстановления экономики.

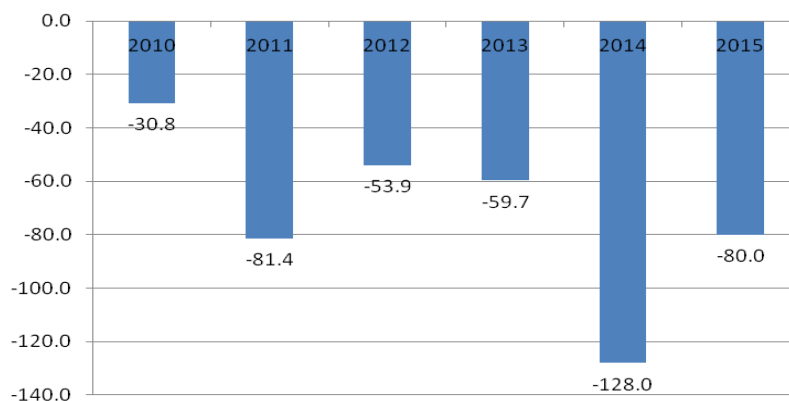


Рис. 3. Динамика оттока капитала из РФ, млрд долл.

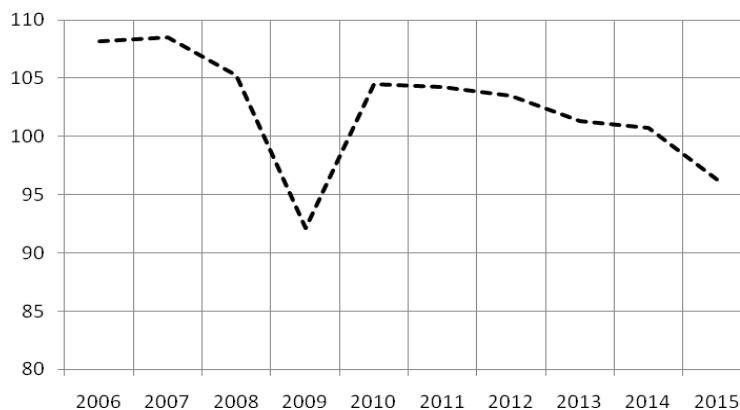


Рис. 4. Индекс физического объема ВВП, в % к предыдущему году

Существующие проблемы, связанные с замедлением темпов экономического роста, снизили инвестиционную активность на фондовом рынке.

Стоит признать, что сегодня российский фондовый рынок недостаточно эффективен по причине того, что не в состоянии обеспечить оптимальное ценообразование, свободный доступ инвесторов на рынок, а также их защиту. Все это выражается посредством ущемления прав мелких акционеров, а также акционеров-нерезидентов в результате действий крупных держателей акций, в высоких издержках при купле-продаже акций и переоформлении прав владельцев, особенно, если дело касается небольших объемов сделок не очень ликвидных акций [5].

Более того, необходимо остановиться на проблеме, связанной с налогообложением операций по движению фондовых активов. Налоговое законодательство России, как правило, взимает налоги с рыночной стоимости акций, а не с номинальной. Правила МСФО лежат в основе данной нормы в российской системе учета. Безусловно, значительное число иностранных инвесторов изъявляет желание проводить сделки с акциями на тех площадках, где власти снижают уровень налогообложения. Следовательно, на фондовом рынке России наблюдается отток инвесторов.

Хочется отдельно отметить процедуру регистрации по поводу выпуска ценных бумаг. Например, для первого выпуска предъявляемые требования достаточно серьезные. Они подразумевают раскрытие всей информации относительно эмитента. Однако в случае конвертации акций, которые не затрагивают объем прав акционеров, можно было бы не проходить такую сложную процедуру как при первичной регистрации.

Достаточно низкий уровень корпоративного управления в акционерных компаниях также можно считать препятствием на пути к развитию российского фондового рынка. Как правило, только один акционер занимается контролем дивидендной политики, а не все владельцы ценных бумаг.

Для устранения проблем и улучшения ситуации можно предложить следующие решения. Необходимо поставить задачу – заинтересовать инвестора. Для этого конкретизируется ответственность руководителей компании, и ужесточаются нормы ответственности за выведение прибыли. Целесообразным будет создание института уголовной ответственности за недостоверность предоставляемой инвесторам и акционерам информации. Так же для защиты прав инвесторов необходимо развитие систем правовой помощи. А выход на рынок частных инвесторов заметно снизит его зависимость от оценок рейтинговых агентств. Хотя они не утратят своего влияния, не будем забывать, как недавнее понижение суверенного рейтинга страны одним из ведущих рейтинговых агентств до спекулятивного уровня с негативным прогнозом привело повальному падению объемов торгов.

Для более быстрого темпа развития фондового рынка необходимо развивать два процесса: привлечение денег инвесторов (стартапы с быстрой капитализацией) совокупно с развитием рынка коллективных инвестиций и увеличение дивидендной доходности акций и выпуск инфраструктурных облигаций, широкая секьюритизация венчурных и инновационных проектов [4].

При всем этом российский фондовый рынок достаточно недооценен и у него есть потенциал, просто стоит в ближайшем будущем заняться политикой восстановления и развития.

Однако очевидно, что говоря сегодня о развитии отечественного рынка ценных бумаг в 2016 году прежде всего следует иметь в виду негативный сценарий развития, связанный с развитием оттока капитала и понижением рейтинга российских компаний ведущими рейтинговыми агентствами мира. Фондовый рынок России в целом будет находиться в условиях стагнации рынка акций в учетом падения котировок на нефтяном рынке, оттоком как иностранных, так и снижением отечественных инвестиций.

#### Литература

1. Аджиева А.Ю. Роль и значение аграрно-промышленной интеграции в условиях финансового кризиса // Terra Economicus. 2009. Т. 7. № 3-2. С. 75–79.
2. Мисаков А.В., Аджиева А.Ю., Дикарева И.А. Задачи аудита финансовых результатов // International scientific review. 2016. № 11 (21). С. 54–56.
3. Дикарева И.А., Баранников А.А. Комплексный дуаспективный анализ механизма функционирования российских фондовых бирж // Политематический сетевой электронный научный журнал Кубанского государственного аграрного университета. 2014. № 96. С. 484–510.
4. Аджиева А.Ю., Дикарева И.А. Некоторые подходы к аудиту финансовых результатов // Новая наука: Теоретический и практический взгляд / отв. ред. И.Н. Пилипчук. 2016 С. 241–244.
5. Аджиева А.Ю., Дикарева И.А. Необходимость внедрения системы внутреннего контроля на предприятии и пути совершенствования // Новая наука: Теоретический и практический взгляд / отв. ред. И.Н. Пилипчук. 2016 С. 245–247.
6. Российский фондовый рынок 2015: События и факты [электронный ресурс]. – URL: <http://www.naufor.org/download/pdf/factbook/ru/RFR2015.pdf> (дата обращения: 09.11.2016).

## **ТЕНДЕНЦИИ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ СТРАХОВАНИЯ ЖИЗНИ В РОССИИ**

Страхование человеческой жизни имеет большое экономическое значение, не говоря уже об огромном общественном интересе к этой теме.

Страхование жизни – очень важный и сложный вид страхования. По своим свойствам оно очень близко примыкает к смежным видам личного страхования, а также к услугам других финансовых институтов – пенсионных фондов, паевых инвестиционных фондов, банков. Поэтому достаточно важно хорошо понимать отличительные черты страхования жизни, чтобы иметь возможность отделить его от других похожих услуг.

Страхование жизни входит в состав личного страхования и объединяет несколько видов страхования. Во всех этих видах страхования случайность связана с непредсказуемостью момента смерти человека. Т.е. страхование жизни – это общность видов личного страхования, где страховой риск вызван случайной продолжительностью жизни человека.

По существу, таких рисков два:

- риск смерти;
- риск дожития до определенного периода времени [1].

Разобравшись с сущностью страхования жизни, возникает интерес к вопросу: какие бывают программы страхования жизни?

Программы страхования жизни, которые предлагают страховые компании в настоящий момент времени, можно разделить на 3 группы:

1. Рисковое страхование жизни – это страховая защита в случае наступления неблагоприятных событий, которые связаны с жизнью и здоровьем застрахованного лица. Разновидностью рискового страхования является кредитное страхование жизни, при котором выгодоприобретателем выступает банк, выдавший кредит. Данный вид страхования создан для того, чтобы при реализации самого негативного сценария бремя выплаты кредита не легло на плечи близких застрахованного лица. Такая программа при относительно небольших взносах позволяют получить высокую страховую защиту. Полис можно оформлять на срок от года до 20 и более лет, включая неограниченное количество лет, и уплачивать взносы на регулярной основе. При этом размер взноса и желаемый объем страховой защиты клиент может определить сам на основе своих потребностей. Рисковое страхование жизни часто включает в себя по желанию клиента дополнительные программы, которые предусматривают специальные выплаты при инвалидности, травмах и других неблагоприятных событиях.

2. Накопительное страхование жизни – это отличная возможность формирования накоплений к определенной дате или событию, а также одновременная страховая защита жизни и здоровья.

Ход работы данной программы следующий: после первого взноса у клиента появляется право на страховую защиту:

1. По риску «дожитие» – право на гарантированную выплату накоплений, которые будут возвращены клиенту в будущем, по окончании срока страхования.

2. По риску «уход из жизни» – право на гарантированную выплату назначенным людям или наследникам (выгодоприобретателям) в случае ухода застрахованного лица из жизни.

Такие договоры заключаются, обычно, на срок от 5 до 20 и более лет. Страховые суммы по этим двум основным рискам могут быть равны между собой или отличаться и будут тем выше, чем больше взнос и продолжительность программы. Таким образом обеспечивается комплексная страховая защита: клиент копит деньги и в то же время его жизнь застрахована. Полисы адресованы в первую очередь кормильцам семей, тем, от кого в финансовом отношении зависят другие люди.

Достаточно много клиентов благополучно осуществляют свою программу накопительного страхования, и полученная выплата позволяет им поменять условия жизни, или направить средства на образование ребенка, или воспользоваться ими как стартовым капиталом. В договоре накопительного страхования жизни предусмотрен гарантированный доход, а также возможно начисление дополнительного дохода по результатам инвестиционной деятельности компании в каждом календарном году.

3. Инвестиционное страхование жизни – инструмент инвестирования с возможностью получить потенциально высокий доход, если рынок будет расти, и гарантией возврата взноса, если рынок устремится вниз. Отличительной особенностью программы является немедленная компенсация в случае ухода из жизни застрахованного лица.

Данная программа позволяет надежно инвестировать уже накопленные средства. Она обеспечивает клиенту высокий доход от инвестиций при гарантии сохранности финансовых вложений. В программах инвестиционного страхования жизни сумма денежных средств, вложенных клиентом, делится на два фонда: гарантийный и инвестиционный. Цель гарантийного фонда – обеспечить гарантию возврата внесенного капитала при любой ситуации на фондовом рынке. Инвестиционный фонд обеспечивает доходность продукту, исходя из динамики выбранного базового актива (их достаточно много: «золото», «нефть» и т.п.).

Это инвестиционное решение имеет ряд выгодных преимуществ, недоступных для других инвестиционных инструментов: 1. льготное налогообложение доходов по продукту; 2. страховая защита жизни клиента и особый защитный юридический статус вложений [3].

Отходя от теории, хочется обратить внимание на реальную ситуацию, которая происходит в Российской Федерации с сегментом страхования жизни.

Страхование жизни стало драйвером роста страхового рынка в прошлом году. В 2016 году этот сегмент увеличился в полтора раза по сравнению с 2015 годом. На результатах сказались оживление кредитования и развитие новых страховых продуктов. Беря кредит, заемщикам приходится заодно и оформлять страховку. Договоры инвестиционного страхования жизни заключали клиенты банка, разочарованные низкими ставками по депозитам, предполагают эксперты.

Общая сумма взносов, полученных страховщиками за 2016 год, составила почти 1,2 трлн рублей. При этом годовые темпы прироста страховой премии достигли 15,3%, тогда как в прошлом году они были на уровне 3,3%. Об этом свидетельствуют данные отчетности страховых организаций, пишет ЦБ.

При этом драйвером подъема рынка было страхование жизни. В 2016 году сегмент вырос более чем в полтора раза: на 66%, до 215,7 млрд рублей, сообщает Банк России.

Эту тенденцию подтверждают и в страховых компаниях. Как рассказал на днях генеральный директор СК «Ингосстрах» Михаил Волков, в прошлом году в компании наибольший рост наблюдался в сфере страхования имущества физических лиц и жизни.

«В этом секторе (страхование жизни. – «Газета.Ру») мы отмечаем взрывной рост: за три года он вырос более чем в десять раз», – рассказал глава «Ингосстраха».

Рост взносов по страхованию жизни связан с несколькими причинами, объясняют эксперты. Во-первых, сказались снижение темпов роста по «классическим» видам страхования, говорит президент Национального рейтингового агентства (НРА) Виктор Четвериков.

Так, по информации Банка России, доля автострахования в общем объеме страховых взносов сократилась по итогам 2016 года до 34,3 против 39,6% годом ранее. «Доля ОСАГО, по которому выплаты превышают взносы, заметно снижалась на протяжении прошлого года. Риски высокие по этому виду страхования, поэтому страховщики сейчас осторожно подходят к этому продукту, пытаясь переориентироваться на другие сегменты, и в итоге он показывает невысокий рост», – комментирует Четвериков.

По статистике Банка России, именно активное кредитование привело к значительному увеличению премий по страхованию от несчастных случаев и болезней. Премии по данному виду страхования выросли на 33%, до 108 млрд рублей [2].

Согласно данным «Объединенного кредитного бюро» (ОКБ), совокупный кредитный портфель российских банков увеличился в 2016 году на 3%, до 9,37 трлн рублей.

При этом наибольший рост показало ипотечное кредитование. В прошлом году объем жилищных кредитов вырос на 13%, с 3,26 трлн до 3,68 трлн рублей. В количественном выражении рост составил 17%, с 2,58 млн до 2,9 млн кредитов.

Хотя по закону страхование жизни является необязательным, но де-факто банки вынуждают заемщиков пользоваться услугами страховой компании.

«В кредитовании физических лиц, например, в автокредитовании или ипотеке, банки активно стараются навязать эту услугу. Это позволяет банку снижать риски, связанные с заемщиками, с потерей ими здоровья или работы. Хотя обязательным страхование жизни не является, но, получая кредит в определенном банке и имея какую-то уступку по проценту при оформлении полиса, естественно, ты в конечном итоге заключишь предложенный договор страхования. В противном случае будут просто другие условия по кредиту, другая ставка», – комментирует Виктор Четвериков.

Кроме того, сказался взрывной рост инвестиционного страхования, объясняет аналитик RAEX («Эксперт РА») Алексей Янин. Общих данных по 2016 году еще нет, но, например, в первом полугодии прошлого года инвестиционное страхование жизни увеличилось на 147%, отмечает аналитик.

«При инвестиционном страховании жизни заключается договор на срок от трех до пяти лет, вся сумма платится сразу, и она инвестируется страховой компанией в те или иные активы. При этом страховая компания гарантирует возврат вложенных средств и, если получится, еще и прибыль. Однако доходность заранее неизвестна, поскольку она зависит от успешности той или иной стратегии инвестирования», – объясняет Алексей Янин.

По мнению эксперта, на выбор россиян в пользу инвестиционного страхования жизни (ИСЖ) повлияла приостановка роста ставок по депозитам. Поэтому они вместо того, чтобы оставлять деньги на вкладах, зачастую инвестировали в новый продукт [4].

«Инвестиционное страхование жизни продается через банки. И те же самые банковские сотрудники, скорее всего, предлагали либо продлевать депозиты по низкой ставке, либо вкладываться в потенциальную возможность заработать с помощью инвестиционного страхования жизни», – считает Алексей Янин.

То, что этот сегмент ИСЖ активно растет, подтверждают и сами страховщики. Например, как говорится в релизе страховой группы Allianz, в сегменте страхования жизни и медицинского страхования основным драйвером выступил рост инвестиционного дохода. «Рентабельность нового бизнеса выросла до 2,7% в 2016 году по сравнению с показателем в 2,2% годом ранее», – отмечают в СК Allianz.

По итогам прошлого года доля договоров инвестиционного страхования жизни в общем портфеле, по данным РСБУ, составила 77%, прокомментировал генеральный директор компании «Ингосстрах-Жизнь» Владимир Черников.

«В 2015 году в компании было заключено около 14 тыс. договоров по данным продуктам, а в течение 2016 года эта цифра уже превысила показатель в 61 тыс. договоров», – отметили в страховой компании «Росгосстрах Жизнь».

Впрочем, по мнению Владимира Черникова, в 2017 году страхование жизни уже не покажет таких стремительных темпов роста, как в 2016 году. «Произойдет замедление темпов роста за счет насыщения рынка. В целом же перспектива рынка ИСЖ будет зависеть от итоговой доходности первых договоров ИСЖ», – резюмирует эксперт [5].

Страхование жизни остается самым динамичным сегментом российского страхового рынка. Впечатляющими темпами роста в 2016 году (на 45% по сравнению с предыдущим годом) оно в первую очередь обязано развитию инвестиционного страхования. Более того, оживление кредитования населения дает основания в дальнейшем ожидать также роста кредитного страхования жизни. Объем кредитов населению в 2017–2020 гг. будет прирастать в среднем на 10% в год, и на этом фоне ожидается восстановление и рост объемов кредитного страхования жизни.

#### Литература

1. Вергунова А.В., Солярик С.В. Анализ рынка страхования жизни в России // Научно-методический электронный журнал «Концепт». – 2016. – Т. 34. – С. 87–91. – URL: <http://e-koncept.ru/2016/56742.htm>
2. Прогноз развития классических рынков добровольного страхования не жизни, а также страхования жизни в России до 2050 г. / Центр стратегических исследований; Росгосстрах. – URL: <http://www.rgs.ru>
3. Центральный банк Российской Федерации [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.cbr.ru>
4. Статистические данные Федеральной службы государственной статистики [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.gks.ru>
5. <http://www.gazeta.ru>

## **МАРКЕТИНГ ИМИДЖА КАК СТРАТЕГИЧЕСКОЕ НАПРАВЛЕНИЕ ТЕРРИТОРИАЛЬНОГО МАРКЕТИНГА (НА ПРИМЕРЕ АБРАУ-ДЮРСО)**

Вопрос формирования имиджа территории возник сравнительно недавно. Территория не может развиваться без маркетинга. Он нужен для ее продвижения, создания и узнаваемости бренда, улучшения качества предоставляемых услуг и др. Местные власти в своей деятельности опираются на инструменты территориального маркетинга. Территории перенимают опыт бизнеса в своей деятельности [2]. Как известно, общий маркетинг акцентирует внимание на выборе оптимальных каналов сбыта продукции, но такой подход не соответствует продвижению территории. Коммуникативность в данном случае должна определяться не каналами товародвижения, а поисками, созданием и рекламированием таких привлекательных черт или преимуществ, которые могли бы заинтересовать потенциальную рабочую силу, инвесторов, акционеров с целью привлечения их внимания к данной территории [3, с. 24]. Если рассматривать территорию как некий «продукт», то можно сказать, что потребителей интересует не он сам, а его ценность. Имидж территории является одним из важнейших факторов в формировании «ценности» территории. Имиджем территории является совокупность эмоциональных и рациональных представлений индивидов, вытекающих из сопоставления всех признаков территории, собственного опыта людей и слухов, влияющих на создание определенного образа, который в дальнейшем влияет на конкурентоспособность «продукта». Именно этим обуславливается необходимость развития концепции стратегического управления имиджем территории.

Управление имиджем территории предполагает корректировку недочетов и негативных сторон и актуализацию положительных черт, присущих определенной территории. Поскольку данный вид управления рассчитан на долгосрочную перспективу, то для его осуществления необходима разработка стратегии и механизма стратегического развития территории. Стратегическое управление имиджем населенного пункта базируется на стратегии позиционирования, которая определяет набор конкурентных преимуществ территории. Именно эти преимущества доводятся до сознания целевых потребителей.

Маркетинг территории предполагает повышение и сохранение конкурентоспособности расположенных в регионе предприятий; улучшение степени идентификации граждан со своей территорией проживания; привлечение в регион новых предприятий, инвесторов, жителей, гостей и туристов; повышение уровня популярности территории за ее пределами.

Для маркетинговой стратегии управления имиджем характерны следующие этапы:

- формирование ценностного представления о территории (городе) в сознании потребителя (жителей города);
- поддержание сформированного ценностного представления на определённом уровне посредством использования различных средств коммуникации, рекламы и PR-акций;
- регулярный контроль состояния территориального имиджа [4, с. 99]. Отдельные черты данного подхода к управлению имиджем территории используется в таком населенном пункте как Абрау-Дюрсо.

Абрау-Дюрсо – поселок на берегу Черного моря, находящийся в округе Новороссийска, с населением свыше 3,5 тысяч человек. Это уникальное и необычайно красивое место на юге России. Великолепие и живописность озера Абрау начали привлекать путешественников еще в XIX веке. Но настоящую славу этому месту принесло искристое вино или шампанское, которое здесь начали производить почти 150 лет назад [1]. Этот населенный пункт известен всем как центр производства игристых вин. На первый взгляд кажется, что поселок мало чем способен заинтересовать людей, равнодушных к алкоголю. Но на самом деле в округе развивается не только производство игристых и столовых вин, но и такое направление как туризм.

Здесь хорошо развита туристская инфраструктура. На его территории построены несколько комплексов для отдыха: база отдыха «Голубая волна», санаторно-оздоровительный комплекс «Фрегат», базы отдыха «Романтик», «Энергетик», «Моряк» и другие. Пляж Абрау-Дюрсо может похвастаться отдельно выделенной зоной европейского пляжного комфорта. Эта часть пляжа является закрытой и на правах аренды принадлежит центру винного туризма «Абрау-Дюрсо». На этом пляже отдыхают гости усадьбы «Круглое озеро» и отеля «Империял». AбраuBeach оборудован лаунж-

зонами, шатрами, большими зонтами, удобными шезлонгами. Для гостей организованы комфортабельные душевые, раздевалки и открыты летние кафе и бары.

В усадьбе «Круглое озеро» гостей поселка ожидает поход в горы к побережью Чёрного моря с инструктором по йоге. Для всех желающих есть оборудована легкая веранда для занятий йогой на природе, а прямо за ней живописнейший обрыв, уходящий в спокойное утреннее море. В Абрау-Дюрсо столько мероприятий, что попасть на все физически трудно. Джиппинг по горам, прогулка по Абрау-Дюрсо на винтажном автомобиле Chevrolet Fleetline Deluxe 1950 года выпуска, квест, конная прогулка, путешествие на квадроциклах и т.д. Каждый может выбрать то, что ему ближе по духу.

Туристы могут посетить гастрономическую школу «Абрау-Дюрсо», где проводятся кулинарные мастер классы, а так же воспитываются первоклассные профессионалы в индустрии гостеприимства, которые в дальнейшем продолжают развивать отрасль на базе знаний и опыта, полученных от ведущих российских и европейских экспертов [5].

Гости Абрау-Дюрсо не остаются равнодушными к уникальным местам. Вследствие чего резко возрастает доля иногородних покупателей недвижимости. В продаже есть земельные участки под ИЖС, дачные участки, домовладения разного уровня. Так же есть и квартирные дома: несколько домов постройки 80-х годов прошлого века, также появляются небольшие новые дома, рассчитанные на небольшое число квартир. Село небольшое, поэтому людям не приходится рассчитывать на большой ассортимент недвижимости, – она здесь в дефиците. Популярность курорта повлияла и на цены на недвижимость. Люди, желающие переселиться в эту местность, жалуются на то, что высокие цены на земельные участки и жилье, не соответствует качеству предлагаемого товара.

Предложения на рынке коммерческой недвижимости весьма ограничены ввиду небольших размеров села и занятия всех основных коммерческих ниш местными предпринимателями. В ближайшие годы есть перспективы к изменению ситуации.

Минимальные рыночные цены на основные категории недвижимости в Абрау-Дюрсо:

- 1 м<sup>2</sup> жилья в квартирных домах – от 40.000 руб.
- 1 сотка земли под ИЖС – от 200 тыс. руб.
- 1 сотка земли в дачных кооперативах – от 60 тыс. руб.
- домовладения – от 2 млн руб.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что недвижимость в Абрау-Дюрсо – неуклонно растущий рынок, который способен принести неплохие дивиденды собственникам.

Местные жители жалуются на сильный ветер, плохое качество питьевой воды, отсутствие крупных продуктовых магазинов и отмечают, что в летнее время возникают серьезные пробки на въезды и выезды из поселка, вследствие большого потока туристов, что доставляет неудобства как местным жителям, так и посетителям данной территории.

Абрау-Дюрсо за все время существования завоевал своих потребителей в первую очередь, благодаря винной продукции отменного качества. Атмосферой шампанского жизнь поселения Абрау-Дюрсо пропитана почти 150 лет с момента основания здесь винодельческого предприятия. Здесь можно попробовать местное шампанское за ужином в ресторане «Терраса ди Лаго», посетить экскурсию на заводе «Абрау-Дюрсо» с последующей дегустацией продукции предприятия. Тема шампанского отражена в сувенирах, угадывается в элементах интерьера, гостям бокал игристого здесь предлагают на завтрак, подают при заселении в отель и даже во время отдыха в спа.

В связи с появлением на рынке алкогольной продукции конкурентов как Российских, так и иностранных, Абрау-Дюрсо необходима рекламная кампания цели, которой должны совмещать в себе:

- Формирование и поддержание благоприятного образа территории;
- Доверие к продукции территории;
- Распространение информации о территории;
- Узнаваемость бренда

В настоящее время для компании «Абрау-Дюрсо» на рынке сложилась благоприятная ситуация. Ситуация на рынке вина с 2000 года кардинально изменилась. После стремительного спада в 1990 году, рынок вина только сейчас начинает набирать силу. Люди все больше покупают винную продукцию, учатся разбираться в огромном ассортименте. Именно сейчас на рынке сложилась такая ситуация, когда именно потребитель полностью управляет спросом.

На сегодняшний день у производителей вина в Абрау-Дюрсо есть уникальная возможность достичь своих задач, то есть: повысить спрос на продукцию, повысить прибыль, привлечь новых покупателей, в конце концов, занять в винодельческом бизнесе свою нишу. Одной из главных задач руководства ЗАО «Абрау-Дюрсо», сделать игристое вино завода известным, узнаваемым, продаваемым. Торговая марка «Абрау-Дюрсо» должна вызывать положительную реакцию у людей. Необходимо



бороться за место на рынке и суметь сохранить лидирующее положение на нем, тем более что в настоящее время конкуренция велика: помимо, Российских вин, на рынке появились западные представители известнейших компаний, с высоким качеством.

Немаловажным, является сбор информации о «противниках». Знание их сильных и слабых сторон даст возможность предприятию стать еще более конкурентоспособным. Дела пойдут успешнее, если занять активную позицию, заранее определив отличительные особенности фирмы, и сумев объяснить их потребителям. Основными конкурентами по цене являются Ростовский КШВ, ЗАО «Игристые вина», ОАО «Дербентский завод игристых вин». Продукция «Абрау-Дюрсо» уступает в цене своим конкурентам, т.к. в среднем цена одной бутылки винной продукции стоит 180 рублей, в то время как цена на аналогичный товар у конкурентов варьируется от 130 до 160 рублей. Это объясняется тем, что завод использует собственный виноматериал, который дороже, чем покупной, но качественнее.

На сегодняшний день для продвижения бренда завода, а так же имиджа населенного пункта используются следующие методы продвижения:

1. Рекламные акции. Проводятся рекламные акции с возможностью дегустации продукции. Так же посетителям вручаются сувениры, но только в местах продаж алкогольных напитков. Места продаж – это супермаркеты и гипермаркеты. Такие как «Табрис», «Франция», гипермаркет «Окей», гипермаркет «Магнит», гипермаркет «Ашан», гипермаркет «Лента», «Титан», супермаркеты «Перекресток». Для охвата всего Краснодара создано около 20 точек, расположенных в разных частях города.

2. POST-материалы. В местах продаж размещены POST-материалы. С помощью наглядной рекламы (баннеры, плакаты) в местах продаж название «Абрау-Дюрсо» мелькает чаще, что позволяет потребителю легче и быстрее запомнить бренд продукта. Все материалы в хорошем состоянии и с продуманным дизайном, который цепляет взгляд потребителя, что, несомненно, влияет на решение о его покупке. Так же используется реклама на полках и указатели в период проведения промо-акций.

3. Выставки. Проводятся специализированные выставки, которые регулярно проходят в городе Краснодаре («Краснодар-Экспо») и в городах побережья Черного моря.

4. Экскурсии. Проводятся экскурсии на заводе «Абрау-Дюрсо». Существует программа, выставочные и дегустационные залы, экскурсии в винных погребах завода на глубине 45 метров под землей.

5. Интернет. Размещаются фото и видео в instagam, Facebook, так же вся необходимая информация есть на официальном сайте как завода «Абрау-Дюрсо», так и на официальном сайте администрации и Думы муниципального образования город-герой Новороссийск. Так же проводятся конкурсы в социальных сетях.

6. СМИ

7. Совершенствование уже существующего сайта компании

8. Разработка новых промо-акций

На основе всего вышесказанного, можно сделать вывод о том, что курорт Абрау-Дюрсо – яркий пример использования в своей деятельности различных инструментов территориального маркетинга. Местные органы власти целесообразно используют механизмы маркетингового продвижения, что повышает конкурентоспособность территории, влияет на узнаваемость бренда «Абрау-Дюрсо» и дает возможность населенному пункту стать престижным и привлекательным курортом не только для Российских туристов, но и для зарубежных гостей.

#### Литература

1. Абрау-Дюрсо // Википедия – свободная энциклопедия. URL: [https://ru.wikipedia.org/wiki/Абрау\\_Дюрсо/](https://ru.wikipedia.org/wiki/Абрау_Дюрсо/) (дата обращения: 25.03.2017).
2. Илясова Е.В., Тандилян А.В. Инструменты маркетингового продвижение туристской территории на примере территории Абрау-Дюрсо // Актуальные проблемы экономики и управления: вызов XXI века: Материалы Всероссийской научно-практической конференции. 2016. С. 196–200.
3. Куликова Е.С. Теоретические и исторические предпосылки развития маркетинга территории // Аграрный вестник Урала. 2010. № 5. С. 24.
4. Петрякова Е.С., Лимарева Ю.А. Факторы формирования стратегии имиджа территории // Новый университет. 2016. № 5. С. 99.
5. Официальный сайт администрации сельского округа Абрау-Дюрсо. URL: <http://nrbb.ru/catalog/?act=view&id=407> (дата обращения: 25.03.2017).

## **АНТИМОНОПОЛЬНАЯ ПОЛИТИКА В РФ: МЕТОДЫ ВЫЯВЛЕНИЯ СГОВОРА**

В рамках проведения антимонопольной политики первым и значимым шагом является выявление картелей, так как, чтобы доказать существование сговора, а также привлечь к ответственности его участников необходимо сначала выявить признаки, свидетельствующие о существовании картельного соглашения. Для выявления картельных сговоров в Российской Федерации обычно используется два способа: анализ конкурентной среды и экономический анализ. Анализ конкурентной среды при расследовании дел о картельных сговорах и других подобных соглашениях стал обязательным с 2015 года. Этот анализ включает в себя следующие этапы:

1. определение временного интервала исследования товарного рынка;
2. определение продуктовых границ товарного рынка;

Чтобы определить уровень конкуренции на рынке, сначала нужно определить этот рынок. В свою очередь товарный рынок, согласно ст.4 ФЗ «О защите конкуренции», – сфера обращения товара, который не может быть заменен другим товаром, или взаимозаменяемых товаров, в границах которой исходя из возможностей либо целесообразности, приобретатель может приобрести товар, и такая возможность либо целесообразность отсутствует за ее пределами [7].

Таким образом, определение товарного рынка включает в себя установление продуктовых (определение конкретного товара и взаимозаменяемых товаров) и географических границ рынка [8].

Выявление взаимозаменяемых товаров может осуществляться одним или несколькими из следующих методов:

- «тест гипотетического монополиста»;
  - анализ ценообразования и динамики цен, изменения объема спроса при изменении цен;
  - расчет показателя перекрестной эластичности спроса [4];
3. определение географических границ товарного рынка;

Для определения географических границ товарного рынка могут использоваться данные методы:

- метод «тест гипотетического монополиста»;
- метод установления фактических районов продаж (местоположения приобретателей), хозяйствующих субъектов (продавцов), осуществляющих продажи на рассматриваемом товарном;
- сочетанием указанных методов либо иным методом, который позволит выявить продавцов товара (исходя из предварительно определенных продавцов), однозначно установить географическое расположение районов продаж, в которых продавцы конкурируют друг с другом при осуществлении продаж товара предварительно определенным приобретателям [4];

4. установление факта наличия конкурентных отношений между участниками соглашения.

На практике антимонопольной службы РФ экономический анализ всех обстоятельств и материалов дела все чаще становится способом выявления и доказывания картельных соглашений. Данный метод по масштабу исследований значительно шире, чем анализ состояния конкурентной среды. Экономический анализ может продемонстрировать невозможность возникновения сложившейся рыночной ситуации в обычных условиях (то есть в условиях отсутствия картеля), определить возникли ли негативные последствия антиконкурентного соглашения [5].

С точки зрения специфики исследования доказательств, возможности использования экономических методов исследования, картели можно разделить на две группы.

Первая группа – это картели на товарных рынках. Посредством экономического анализа может быть доказано наступление следующих последствий (в соответствии с Законом о защите конкуренции):

- установление или поддержание цен, скидок, надбавок
- раздел товарного рынка по территориальному принципу, объему продажи или покупки товаров, ассортименту реализуемых товаров либо составу продавцов или покупателей (заказчиков);
- сокращению или прекращению производства товаров;
- отказу от заключения договоров с определенными продавцами или покупателями.

Картельные соглашения не всегда приводят к последствиям, запрещенным вышеупомянутым Законом о защите конкуренции. Для доказывания таких картелей необходимы прямые доказательства либо их совокупность. В такой ситуации контрольный орган должен будет доказать с помощью экономических методов, что заключение соглашения не привело к данным последствиям.

Помимо всего прочего, экономический анализ в совокупности с иными доказательствами может быть использован для определения других элементов предмета доказывания, например, время существования картельного соглашения.

Примером выявления и доказывания картеля на товарном рынке может послужить соляной картель. Федеральная антимонопольная служба России вынесла решение о нарушении п. 3 ч. 1 ст. 11 Закона о защите конкуренции (раздел товарного рынка по территориальному принципу, объему продажи или покупки товаров, ассортименту реализуемых товаров либо составу продавцов или покупателей). Главным доказательством в данном деле являлось антиконкурентное соглашение, которое было заключено письменно, между ООО «Гроссери», ЗАО «ТДС», ООО «Велес Групп», ООО «Соль Брянска» и ООО «ТДС Ростов», полученное Федеральной антимонопольной службой РФ в ходе проведения внеплановой проверки ООО «Салина Трейд». Предмет картельного соглашения – это раздел товарного рынка оптовых поставок пищевой соли по территориальному принципу, объему продажи товаров, ассортименту реализуемых товаров и составу покупателей в географических границах России. Также фирмы условились не поставлять продукцию в регион, который за ними не закреплен, без письменного разрешения ответственного за регион предприятия [5; 6].

В результате экономического анализа было выяснено, что заключенное картельное соглашение не соблюдалось его участниками. Благодаря результатам данного анализа, уголовной ответственности участников не подвергли. Было также установлено, что последствия, запрещенные законом, не наступили, что было учтено при определении размера административного штрафа, который был наложен на участников картеля в размере более 4,6 миллионов рублей.

Вторая группа – это сговоры (картельные соглашения) на торгах, они могут быть доказаны как прямыми доказательствами, так и определенной совокупностью косвенных доказательств. Как одно из косвенных доказательств могут быть использованы результаты экономического анализа, например, опровергающие доводы участников о том, что цена на торгах не могла быть снижена.

В качестве примера выявления и доказательства сговора на торгах приведем картель на торгах по поставке мясопродуктов для нужд Министерства обороны Российской Федерации. Было вынесено решение о нарушении п.2 ч.1 ст.11 ФЗ «О защите конкуренции» (повышение, снижение или поддержание цен на торгах). Основными доказательствами по делу выступили следующие обстоятельства: минимальное снижение цены; раздел лотов между участниками торгов; единообразное поведение участников картеля в ходе торгов; экспертиза по оценке поведения участников аукционов с использованием математических методов, которая сделала вывод о том, что такой результат торгов без полной информированности каждого участника о поведении и намерениях всех участников невозможен. Был проведен экономический анализ каждого предприятия, которое в торгах участвовало, с целью опровержения доводов ответчиков о том, что снижение цены в ходе торгов было бы нецелесообразно. В том числе были проанализированы затратные части исполнения контрактов, была оценена рентабельность и прочие факторы. В итоге, доводы участников картеля не были подтверждены.

Исходя из предложенной классификации, можно определить наиболее общее правило для доказывания картелей – необходимы доказательства соглашения, по каждому из которых, либо их совокупности, можно сделать однозначный вывод о наличии картеля. В качестве доказательств могут выступать: признания участников картеля, письменные соглашения, протоколы встреч, показания свидетелей, переписка участников картеля и/или результаты оперативных мероприятий [7; 5].

Говоря о доказательствах, можно отметить, что все зависит от конкретной ситуации, от вида соглашения, от модели поведения его участников. Нельзя определить, какой набор доказательств является необходимым в том или ином случае. «Доказывание – это творческий процесс. Любое наше действие оставляет какой-то след во внешней среде. Автомобиль проедет по дороге – след шин останется, зайдете вы в свой личный кабинет на электронной торговой площадке – тоже останется след. Наша задача – найти все следы и сделать из них некую реконструкцию событий», - говорит начальник управления по борьбе с картелями А. Тенищев. Также по его словам, был случай, когда для доказательства сговора на торгах, была проведена лингвистическая экспертиза. Эта экспертиза показала, что две разные заявки, имеющие схожие ошибки, были написаны одним человеком [1].

По мнению заместителя руководителя Федеральной Антимонопольной службы РФ А. Цариковского, развитие информационных технологий в 21 веке привело к тому, что сговоры становятся более ухищренными, в связи с чем их становится все труднее выявлять и доказывать. На данный мо-

мент 10% выявленных картелей являются такими «современными» картелями, но эта цифра стремительно увеличивается. А потому, методы изобличения картельных соглашений должны развиваться, активно использовать новейшие технологии, последние достижения средств коммуникации и соответствующее программное обеспечение. Существует необходимость создания новых подходов к экономическому анализу, развития такого метода как математическое моделирование.

Оставшиеся 90% выявленных картелей – «традиционные». Их расследование остается эффективным благодаря совершенствованию традиционных методов получения информации (проверки, запросы) и действиям антимонопольных органов, направленным на укрепление конкурентной среды.

Важной задачей антимонопольных и правоохранительных органов является анализ многочисленных взаимозависимых фактов и действий участников сговора с целью выявления сговора и установления роли каждого из его участников, что предполагает изучение огромных массивов информации [2].

#### Литература

1. Интернет-интервью с Андреем Тенишевым [Электронный ресурс]. URL: <http://fas.gov.ru/documents/documentdetails.html?id=14611> (дата обращения: 26.03.2017).
2. Как бороться с картелями «нового времени» [Электронный ресурс]. URL: <http://fas.gov.ru/press-center/news/detail.html?id=48288> (дата обращения: 26.03.2017).
3. Методы выявления картелей на электронных аукционах [Электронный ресурс]. URL: <http://fas.gov.ru/documents/documentdetails.html?id=1142> (дата обращения: 27.03.2017).
4. Приказ ФАС России от 28.04.2010 № 220 (ред. от 20.07.2016) «Об утверждении Порядка проведения анализа состояния конкуренции на товарном рынке» (дата обращения: 26.03.2017).
5. Роль экономического анализа при доказывании картелей [Электронный ресурс]. URL: <http://fas.gov.ru/documents/documentdetails.html?id=14645> (дата обращения: 26.03.2017).
6. Терехин К.И. Картели в экономике: история и современность [Электронный ресурс]. URL: <http://moneymakerfactory.ru/spravochnik/kartel/> (дата обращения: 26.03.2017).
7. Федеральный закон от 26.07.2006 № 135-ФЗ (ред. от 03.07.2016) «О защите конкуренции».
8. Астанин А. Доказывание картелей. Актуальная практика антимонопольных органов / А. Астанин // Юрист компании. 2014. № 9. С. 46–51.

УДК 657.6.012.16

**Т.А. Привалова, студент**

*Научный руководитель: В.Ю. Епанчинцев, канд. экон. наук, доцент  
г. Омск, Омский государственный аграрный университет им. П.А. Столыпина*

### **АУДИТ И ЕГО РОЛЬ В СИСТЕМЕ ФИНАНСОВОГО КОНТРОЛЯ В УСЛОВИЯХ РЫНОЧНОЙ ЭКОНОМИКИ**

Внешний контроль всегда играл немаловажную роль в общественной жизни для обеспечения высокого уровня честности, прозрачности и надежности. Отсутствие внешнего контроля увеличивает возможности для злоупотреблений со стороны различных групп лиц, обладающих доступом к общественным или частным ресурсам. Наличие внешнего контроля уменьшает возможности для этих злоупотреблений, из-за соответствующей мотивации лиц, распоряжающихся ресурсами. Если известно, что все ваши действия в скором времени будут проверены, распорядитель ресурсов с меньшей вероятностью предпримет какие-либо незаконные действия.

В последнее время помимо расширения сферы внешнего контроля наблюдается расширение предмета внешнего контроля. Кроме законности и правильности все больше внимания уделяется экономности расходования ресурсов и эффективности их использования и управления.

С одной стороны, это объясняется глобальными процессами перенаселения, исчерпанием имеющихся ресурсов и загрязнением окружающей среды, а с другой – конкуренцией на уровне экономических субъектов и национальных экономик в целом.

В условиях рынка хозяйствующие субъекты способны выжить и функционировать только в том случае, если они работают не менее эффективно, чем их конкуренты. Формирование глобальных рынков, вступление России во Всемирную торговую организацию привело к тому, что к российской экономике также предъявляются требования по эффективности [7, с. 4].

В условиях глобализации экономических процессов значительно возрастает роль аудиторской деятельности, расширяются ее области и сферы применения. Информация о финансовом состоянии и

результатах хозяйственной деятельности экономических субъектов является предметом внимания различных пользователей: контрагентов по бизнесу, вступающих в договорные отношения по использованию имущества, денежных средств, вложению инвестиций. Все участники сделок заинтересованы в получении достоверной информации о партнерах для принятия обоснованных решений. У собственников бизнеса, кредиторов, потенциальных инвесторов часто отсутствует возможность самостоятельно убедиться в том, что все финансово-хозяйственные операции делового партнера законны и правильно отражаются в отчетности, поскольку у них нет доступа к базе данных бухгалтерского учета и соответствующего опыта, поэтому им нужны объективные оценки профессионалов по этим вопросам.

В то же время руководители бизнеса должны контролировать бизнес-процессы для эффективного управления имуществом, своевременного выявления и предупреждения негативных ситуаций, увеличения доходов, оптимизации расходов, что приводит к необходимости своевременного получения качественной информации о деятельности различных подразделений компании.

Интересы пользователей финансовой информации о бизнес-процессах не всегда совпадают, в связи, с чем существует объективная необходимость в независимой ее оценке аудиторами – специалистами, имеющими соответствующую профессиональную подготовку, квалификацию, опыт в практике аудита [7, с. 5].

Правительство Российской Федерации продолжает работу, направленную на дальнейшее совершенствование системы: обеспечить информационную открытость хозяйственной деятельности организаций, повысить ответственность за своевременность и содержание раскрываемой информации. Все это находит отражение в программных документах «Основные направления деятельности Правительства Российской Федерации на период до 2020 года». Современный этап активного законодательства в сфере бухгалтерского учета и аудита вызывает постоянные изменения в бухгалтерской финансовой отчетности экономических субъектов. Так, с 2013 г. произошли изменения в названиях документов в составе бухгалтерской финансовой отчетности в соответствии с Международными стандартами финансовой отчетности.

Совершенствование нормативной базы по аудиту в России в первую очередь направлено на внедрение требований международных стандартов для обеспечения качества финансовой информации, на превращение бухгалтерской отчетности в эффективный инструмент для создания релевантной и востребованной учетной информации для всех категорий институциональных пользователей [4, с. 5].

В настоящее время бизнес требует финансовых вложений, принятия правильных решений, а также грамотной организации бухгалтерского учета. Делать это самим не всегда возможно, для этого и были созданы специализированные аудиторские компании.

Финансовая деятельность компании проверяется в процессе выполнения такой процедуры, как аудит. Под аудитом понимается деятельность направленная на проверку финансовой и хозяйственно-экономической деятельности предприятия, проводимая независимыми специалистами. Данный вид может быть отдельным вариантом или осуществляться совместно с другими проверками. Нередко результат оказывает решающее влияние на результаты судебных разбирательств по вопросам налогообложения [3, с. 307].

Аудит включает проведение ряда мероприятий:

- 1) восстановление учета и сопутствующих документов;
- 2) организация учета;
- 3) проверка правильности составления отчетности и др.

Главная цель мероприятий – выявить ошибки и неточности при ведении учета. В результате проведения проверки оформляется аудиторское заключение, в котором отражаются подробные рекомендации по устранению выявленных ошибок. Кроме этого, вырабатываются методы повышения эффективности деятельности компании и, как следствие, улучшение ее финансовых показателей.

Согласно закону аудит может быть обязательным и инициативным. Первый вид обязана осуществлять любая компания ежегодно, согласно критериям, указанным в статье 5 Федерального закона «Об аудиторской деятельности» № 307-ФЗ от 30.12.08. Проверка осуществляется в определенном порядке и включает в себя следующие этапы: предварительная оценка документов, непосредственно анализ ведения учета и отчетности, оформление результатов и выдача рекомендаций по улучшению работы. А инициативный аудит – это аудит, проводимый по инициативе самого экономического субъекта [6].

Проверка деятельности предприятия в финансово-экономическом направлении – это аудиторская проверка. Она предполагает изучение отчетности по основным параметрам, оценку того, соот-

ветствуют ли документы предприятия требованиям законодательных актов, анализ состояния учредительных документов, проверка того, как подписываются договора и пр.

Согласно закону аудиторская проверка осуществляется государственными органами в строго установленные сроки. Руководитель предприятия может самостоятельно заказать услуги аудиторов, чтобы выявить возможные нарушения в деятельности или устранить неточности в документации [6].

В случае, если аудиторская проверка завершается успешно, данные по балансам и финансовым результатам соответствуют друг другу, можно утверждать, что аудит прошел положительно. Тем не менее, бывают случаи, когда после проверки необходимо устранить большое количество пробелов и ошибок в сфере учета. Для того, чтобы избежать наложения всевозможных штрафов, рекомендуется воспользоваться услугами аудиторского сопровождения организации. Это связано с тем, что контролирующие органы не всегда осуществляют контроль качественно. Часто встречаются такие ситуации, когда пользуясь некомпетентностью бухгалтера или руководителя, накладываются штрафы, которых можно было бы избежать, если бы уровень знания законодательства был более высоким. Именно в этом и поможет аудиторская проверка [5, с. 12].

Независимый аудитор внимательно проведет анализ всей первичной документации и отчетности до начала государственной проверки, даст рекомендации относительно полномочий проверяющих, а также какие сведения организация обязана будет сообщить. В условиях ужесточения налогового законодательства и постоянных изменений, использовать услуги аудиторских фирм не только важно, но и жизненно необходимо.

Современная аудиторская проверка включает в себя 4 подхода к разработке ее проведения:

- 1) бухгалтерский – проверка по различным разделам учета;
- 2) юридический – рассмотрение вопросов с позиции соблюдения требований законодательства;
- 3) отраслевой – учет специфики деятельности предприятия;
- 4) специальный – проверка групп экономических субъектов, имеющих особые признаки – структура управления, численность работников, налоговый режим и т.д.

По результатам проверки выдается заключение, подтверждающее правильность ведения учета на предприятии и служащее доказательством того, что бизнес ведется честно и открыто.

В условиях рыночных отношений основной формой внешнего контроля является независимый аудит. Целевая потребность в развитии аудита в современной России обусловлена необходимостью получения внешними пользователями качественных данных о деятельности предприятия [5, с. 13].

Согласно действующему законодательству аудитом является предпринимательская деятельность аудиторов (аудиторских фирм) по осуществлению независимых вневедомственных проверок бухгалтерской отчетности, платежно-расчетной документации, налоговых деклараций и других финансовых обязательств и требований экономических субъектов, а также предоставлению других аудиторских услуг [6].

Развитие аудита в России, его стандартизация, использование зарубежного опыта дают возможность обобщить информацию о сущности и значении аудиторской деятельности, ее регулирования в нашей стране, функционировании служб внутреннего аудита на предприятии, основных этапах и методах аудита.

В условиях глобализации в мире, аудит подвергается значительным реформам. И как некоторые страны, Россия добилась весьма значительных успехов в развитии аудита. Был разработан и принят ряд Федеральных законов, положений по бухгалтерскому учету, близких к международным стандартам, правил (стандартов) аудиторской деятельности приближенных к международным стандартам аудита [1, с. 16].

В связи с этим, можно сказать, что к середине второго десятилетия XXI века рынок аудита сформировался в довольно стабильный и востребованный сектор экономики. Каждый год этот рынок растет и развивается, кроме того, он рассматривается как достаточно консервативный сектор рынка. Но в то же время существует ряд проблем, замедляющих развитие аудита и снижающих его эффективность.

Результатом сложившейся ситуации явилась сильная конкуренция среди участников рынка, приводящая к тому, что некоторые из участников начинают резко снижать цены на услуги аудиторов. Подобное снижение возникает из-за пользователей этих услуг – клиентов, которые хотят получить подписи аудитора за меньшие деньги. Это необоснованное снижение приводит и к снижению качества оказываемых услуг. Вместо подробного и тщательного анализа всей финансовой отчетности недобросовестный аудитор может на основе поверхностной оценки дать свое положительное заключение. Поскольку в нашей стране существует низкий государственный контроль, это приводит к тому, что клиенты искушены тем, что можно сэкономить средства, потраченные на аудит и вообще не про-

водить проверок. Это и есть так называемый «черный» аудит, который наносит огромный урон рынку и его участникам, снижает репутацию института аудита [2, с. 107].

Так как данная проблема наблюдалась и раньше, Правительство Российской Федерации приняло решение внести коррективы в регулирование аудиторской деятельности. Почти 10 лет назад был принят Федеральный закон № 307-ФЗ от 30.12.08 «Об аудиторской деятельности». Сущность закона сводится к переходу аудиторской профессии на принципы саморегулирования. В 2017 году право на проведение аудиторской деятельности дает обязательное членство в саморегулируемой организации аудиторов – некоммерческой общественной профессиональной организации, которая состоит из аудиторских фирм и частных аудиторов. Саморегулируемым организациям передан целый ряд полномочий и контрольных функций, который ранее осуществлял Минфин. Именно саморегулируемые организации выполняют функции по внедрению аудиторских стандартов и стандартов качества, обеспечивая механизм ответственности аудиторов, систему повышения квалификации и аттестаций сотрудников.

#### Литература

1. Блинов О.А. Основы международных стандартов финансовой отчетности и аудита: учеб. пособие / О.А. Блинов, Ю.И. Новиков, А.А. Козлов. – Омск: Изд-во ФГБОУ ВО Омский ГАУ, 2016. – 80 с.
2. Боровицкая М.В., Тунегова В.Н. Актуальные направления развития и проблемы современного аудита в период модернизации экономики [Текст] // Экономическая наука и практика: материалы Междунар. науч. конф. (г. Чита, февраль 2012 г.). – Чита: Издательство Молодой ученый, 2012. – С. 103–107.
3. Епанчинцев В.Ю., Алешенко В.В., Ильиных Е.А. Методика аудиторской проверки основных средств // Вестник Омского государственного аграрного университета. 2016. № 2 (22). С. 307–314.
4. Казакова Н.А. Аудит для магистров по российским и международным стандартам: учебник [Электронный ресурс] / Н.А. Казакова. – М.: ИНФРА-М, 2017. – 345 с. Режим доступа: <http://znanium.com>.
5. Касьянова С.А. Аудит: учебное пособие [Электронный ресурс] / С.А. Касьянова. – М.: Вузовский учебник, НИЦ ИНФРА-М, 2016. – 196 с. Режим доступа: <http://znanium.com>
6. «Об аудиторской деятельности» от 30.12.2008 № 307-ФЗ (последняя редакция): Федеральный закон [Электронный ресурс] // Справочно-правовая система «Консультант плюс». Режим доступа: <https://www.consultant.ru>
7. Федоренко И.В. Аудит: расширяем границы науки (теория и методология): Монография [Электронный ресурс] / И.В. Федоренко. – М.: НИЦ ИНФРА-М, 2013. – 100 с. Режим доступа: <http://znanium.com>

УДК 338.45.01

*А.С. Приходченко, студент*

*Научный руководитель: С.Н. Любяченко, канд. экон. наук, доцент  
г. Новосибирск, Новосибирский государственный университет экономики и управления*

### ПОДДЕРЖКА ГОСУДАРСТВОМ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ФИРМ

Сегодня важность инновационной деятельности фирм никем не оспаривается. Выбор предприятием интенсивного пути развития за счёт внедрения инноваций в различные сферы позволяет ему не только увеличить объёмы производства и функционировать более эффективно, но и защищает от воздействия конкурентных сил, делает предприятие узнаваемым на рынке. Но любой инновационный процесс требует поддержки и, главное, выделения значительных средств на его осуществление. Кто же поддержит предприятие и даст денег на внедрение инноваций?

Важной особенностью и даже проблемой нашей страны является значительное преобладание государственного сектора над корпоративным в поддержке и финансировании инновационных проектов. В отличие от развитых стран, таких как, например, США, Германия, Япония, руководства фирм, частные инвесторы и различные фонды играют незначительную роль в развитии инноваций. Это связано со слабостью российской инновационной системы и нежеланием инвесторов рисковать и терять деньги, слабой развитостью венчурного капитала, а также отсутствием четких законодательных норм, которые регулируют инновационный рынок. Поэтому процент успешно реализуемых инноваций в России достаточно низок.

На этом фоне нашей стране очень важно вести грамотную промышленную политику в отношении инновационной деятельности.

С какими проблемами должно справиться государство?

Известно, что внедрение инноваций является локомотивом модернизации экономики и экономического роста. Но чтобы это осуществить, государству нужно справиться с рядом проблем.

Во-первых, это низкая прибыльность инновационной экономики, и, как следствие, нехватка капитала в сфере инноваций. У государства есть два варианта решения этой проблемы: либо снизить издержки предприятий, чтобы они могли больше вкладывать именно в инновации; либо привести государственные средства. Но об этом чуть позже.

Во-вторых, это плохая инновационная инфраструктура, которая формально есть, но работает неэффективно. Задача государства – развивать эту инфраструктуру, чтобы высокотехнологичные компании не были вынуждены искать ее в других государствах, а могли активно развиваться в своей стране.

В-третьих, это нехватка технологий («сырья» для отрасли), которые должны служить основой для создания новых, улучшенных технологий. К сожалению, многие инновационные разработки в западных странах защищены патентами, и обладатели этих патентов не готовы делиться своими технологиями. Большой проблемой является создание новых альтернативных технологий, не защищенных патентом.

В таких условиях государству необходимо развивать и поддерживать инновации.

*Прямая поддержка.*

Самый простой способ поддержки инновационной деятельности – прямое субсидирование, которое подразумевает финансирование инновационных проектов за счет бюджетных средств. Это может осуществляться через предоставление федеральных грантов. Грант представляет собой безвозмездные средства, которые передаются по государственному контракту инновационной компании [2, с. 41].

Существует несколько российских фондов, которые выдают гранты ученым и бизнесменам. Крупнейшими из них являются Российский фонд фундаментальных исследований (РФФИ), Фонд содействия развитию малых форм предприятий в научно-технической сфере (Фонд содействия инновациям), более известный под коротким названием Фонд Бортника, и, конечно, Фонд «Сколково». Это государственные некоммерческие организации, находящиеся в ведении Правительства РФ, которые оказывают финансовую поддержку инноваторам и предприятиям, занимающимся высокотехнологичными разработками с потенциалом коммерциализации.

У каждого фонда свои требования к претендентам на грант. Например, для участия в конкурсе грантов в Фонде Бортника нужно предоставить учредительные документы компании и бухгалтерскую отчетность, а также не иметь задолженностей перед государством. Сумма гранта обычно составляет от 70 тыс. рублей до миллиона и выше. Конкурс достаточно серьезный, претендентов всегда много. Чем больше научная новизна и коммерческая привлекательность проекта, тем больше шансов получить кругленькую сумму.

Субсидии на инновационную деятельность могут получить как государственные и муниципальные, так и частные учреждения, в зависимости от значимости научного исследования.

Особое место в поддержке инноваций занимают также государственные заказы и государственные тендеры, участником размещения которых может стать любая компания, подходящая под определенный список требований. Так государство выступает заказчиком на инновационную продукцию. Ежегодно 15 крупнейших государственных компаний тратят порядка 2 триллионов рублей на госзакупки. Яркий пример – государственная корпорация «Росатом» – потребитель инноваций в атомной энергетике.

Наше государство тратит достаточно для поддержки инновационных разработок. Проблема в том, что не всегда эти затраты в полном объеме доходят до адресатов, проходя через «коррупционную воронку». К тому же прямое государственное финансирование не всегда эффективно. Вмешиваясь в рыночный механизм, государство снижает мотивацию компаний участвовать в конкурентной борьбе, вызывает привыкание, ослабляет дотируемых. Но в ряде случаев это единственный из возможных вариантов поддержать развитие технологических отраслей, поэтому государство не может отказаться от механизмов прямого финансирования.

*Косвенная поддержка.*

Косвенная поддержка предполагает создание определенного климата, стимулирующего инновационную деятельность. Прежде всего, она осуществляется через налоговые льготы [2, с. 44].

Налоговые льготы не предполагают прямых затрат из бюджета. Это лишь снижение либо полное освобождение от части налогов, уплачиваемых предприятием. Предполагается, что если ослабить налоговое давление на фирмы, то они получают возможность более активно развивать инновационную деятельность. С компаниями, занимающимися инновационным бизнесом, заключаются инвестицион-



ные контракты, в которых закрепляются все обязательства государства по предоставлению льгот. Наиболее привлекательными являются льготы по налогам на прибыль или на имущество, поскольку на их долю у предприятий приходится наибольшая нагрузка. Формой косвенной поддержки также может выступать предоставление прав на ускоренную амортизацию, которая дает возможность получать большую часть прибыли, а также различные таможенные льготы, такие как освобождение от налогообложения на ввоз оборудования и товаров, необходимых для осуществления исследований и производства инноваций.

Но и такая поддержка не всегда оказывается эффективной. Например, не все инновационные компании (особенно молодые компании) прибыльны, а, поскольку налоги платятся с прибыли, от налоговых льгот неприбыльным фирмам не станет легче. Также возникают большие сложности с определением самих льготников.

Наше государство предпочитает прямую финансовую поддержку косвенной, так как она позволяет получить результат в максимально сжатые сроки. Методы косвенного регулирования более сложны в реализации, они способствуют полноценному становлению координируемых отраслей, поэтому используются в долгосрочной политике. Сегодня бюджет Российской Федерации является дефицитным, финансовые возможности ограничены, значит прямое финансирование представляется малоэффективным.

Таким образом, наше государство должно формировать эффективные косвенные меры по поддержке инноваций, не уничтожающих, а стимулирующих конкуренцию между предприятиями. Также не стоит забывать о развитии инновационной инфраструктуры, создании сетей технопарков и бизнес-инкубаторов, поддержке венчурных фондов, ведь это повышает интерес частных лиц к инвестициям в инновации. Без активной поддержки и финансирования инновационной деятельности как со стороны государства, так и со стороны корпоративного сектора наша страна не сможет подняться на более высокий уровень в экономическом развитии.

#### Литература

1. Головастова Т.И. Проблемы формирования инновационной экономики в современной России // Вестник Удмуртского университета. – 2012. – № 12.
2. Казанцев А.К., Миндели Л.Э. Основы инновационного менеджмента. Теория и практика. 2-е изд. перераб. и доп. М.: ЗАО «Издательство «Экономика», 2004. – 518 с.

УДК 379.85

**Н.Ю. Прохина, студент**

*Научный руководитель: Л.В. Деточенко, канд. геогр. наук, доцент  
г. Волгоград, Волгоградский государственный социально-педагогический университет*

## **ДИНАМИКА И ГЕОГРАФИЯ ВЪЕЗДНОГО МЕЖДУНАРОДНОГО ТУРИЗМА В РОССИИ В 2013–2016 ГГ. В УСЛОВИЯХ НЕСТАБИЛЬНОЙ ПОЛИТИЧЕСКОЙ И ЭКОНОМИЧЕСКОЙ СИТУАЦИИ В СТРАНЕ**

Въездной туризм с каждым годом приносит всё больше финансовых средств в экономики самых популярных у туристов стран, поскольку люди все чаще отправляются отдыхать и путешествовать за пределы своих государств. Однако доля России в международном туризме пока невысока даже при естественном интересе иностранцев к стране с богатой историей и улучшающей качество туристской инфраструктуры в последние годы. Современный период является очень сложным для России. После вхождения республики Крым в состав Российской Федерации обострились отношения с Соединенными Штатами Америки и странами Евросоюза, после наложенных санкций наблюдается спад в экономике России. Всё это оказывает влияние на развитие различных отраслей экономики, в том числе, на развитие сферы международного въездного туризма.

Чтобы реально оценить ситуацию на российском рынке международного въездного туризма, в своей статье мы ставили определённые задачи: проанализировать статистические данные по въезду иностранных туристов в Россию; выявить причины количественных изменений въезда; рассмотреть географию государств, являющихся лидерами по въезду их граждан в нашу страну с туристическими целями.

Рассмотрим статистику въезда иностранных граждан в Россию с целью туризма. Для начала проанализируем данные, которые предоставил Ростуризм по въезду иностранных туристов в Россию в 2013 году (табл. 1). Важно знать, как обстояли дела до присоединения Крыма к России.

Таблица 1

**Первые 20 стран по въезду иностранцев в Россию с целью туризма в 2013 г., тыс. человек  
(по данным Ростуризма)**

№	Страна	Численность	% прироста от 2012 г.
1	Германия	380,3	1,3
2	Китай	372,3	8,4
3	США	197,33	9,7
4	Великобритания	157,79	16
5	Турция	122,7	21
6	Италия	117,9	-0,6
7	Франция	96,9	-2,6
8	Финляндия	93,8	-22
9	Израиль	92,5	7,6
10	Испания	70,2	-0,1
11	Япония	55,0	23
12	Южная Корея	52,11	7,6
13	Канада	41,0	13
14	Австралия	36,11	9,4
15	Нидерланды	30,9	-5
16	Австрия	29,14	3,8
17	Швейцария	29,1	0,9
18	Польша	28,23	-6,2
19	Латвия	28,1	-12
20	Эстония	26,2	-4
	<b>Всего</b>	<b>2067</b>	<b>3.7</b>

Источник: [7].

Общий въездной турпоток иностранцев в Россию в 2013 году составил 2,67 миллиона человек, что на 3,67% выше показателя 2012 года. В двадцатке лидеров большинство составляли высокоразвитые страны. Большой доход на душу населения, высокий уровень жизни и продолжительный оплачиваемый отпуск позволяют путешествовать жителям этих государств в различные регионы мира, в том числе и в Россию [1, с. 75]. Согласно приведённой статистике, в 2013 году лидером по числу иностранных туристов, прибывших в Россию, являлась Германия. Германия с 2004 года сохраняла первенство по этому показателю. На втором месте оказался Китай, который практически догнал Германию по числу туристов. Тройку лидеров замыкали США. Наибольшим спросом у гостей в нашей стране пользовался экскурсионный туризм.

По сравнению с 2012 годом наблюдался значительный прирост туристов из Японии (+23%), Турции (+21%), Великобритании (+16%). Однако некоторые европейские страны уже с 2013 года демонстрировали отрицательный прирост числа туристов. Особенно отличились по этому показателю Финляндия и Латвия, где турпоток снизился более чем на 10%.

По мнению экспертов, данные показатели являются неутешительными. Вот слова вице-президента Российского Союза Туриндустрии Юрия Барзыкина: «Рост въездного турпотока за 2013 год составил всего 3.67%. Это показывает отсутствие работы в этом направлении как Ростуризма, так и ведомств, отвечающих за облегчение визового режима для иностранных туристов, желающих побывать в России». По мнению гендиректора туроператора по въездному туризму «Свой-ТТ» Сергея Войтовича, «радоваться» увеличению китайского въездного турпотока не стоит. «Дело в том, что в последнее время въездной турпоток в основном рос за счёт дешёвого китайского путешественника, который практически не потребляет на территории нашей страны дополнительных услуг, предпочитая пользоваться своими дешёвыми нелегализованными гидами с минимальным набором экскурсий по достопримечательностям России, и питаться в самых недорогих ресторанах» [3].

2014 год мог стать ключевым в развитии въездного международного туризма России. Преобразование города Сочи для проведения XXII Зимних Олимпийских игр и XI Паралимпийских игр позволило превратить его в круглогодичный, не только пляжно-рекреационный, но и горнолыжный курорт мирового значения. Были возведены новые гостиницы, развлекательные центры и спорткомплексы. Значительно расширилась сеть парковок, улучшилось транспортное сообщение и в городе, и за его пределами. Была увеличена пропускная способность аэропорта, улучшен уровень комфорта

для пассажиров. Во время Игр Сочи принял множество гостей из разных уголков планеты. После проведения Олимпиады ожидался массовый приток путешественников из разных стран не только в Сочи и Краснодарский край, но и в другие регионы. Однако последовавшее сразу за сочинской Олимпиадой осложнение ситуации с Крымом и Украиной в корне изменили положение России не только на политической арене, но и на туристском рынке. Общий поток туристов снизился на 3%. Поскольку экономические санкции были наложены странами Запада, то осложнение политической и экономической ситуации с этими государствами повлекло за собой снижение въездного потока из Европы и США. Вследствие этого всё большую роль стали играть азиатские страны (табл. 2).

Таблица 2

**Первые 20 стран по въезду иностранцев в Россию с целью туризма в 2014 г., тыс. чел.  
(по данным Ростуризма)**

№	Страна	Численность	% прироста от 2013 г.
1	Китай	409,8	10
2	Германия	349,5	-8
3	США	162,1	-18
4	Великобритания	143,3	-15
5	Турция	134,7	9,7
6	Израиль	108,2	17
7	Италия	107,1	-9,2
8	Франция	94,9	-2
9	Южная Корея	82,4	58
10	Финляндия	68,6	-27
11	Испания	60,4	-14
12	Япония	54,1	-1,8
13	Австралия	36,5	1
14	Канада	35,8	-13
15	Латвия	29,2	3,7
16	Нидерланды	28,1	-9
17	Швейцария	26,7	-8,3
18	Эстония	25,9	13
19	Австрия	23,4	-20
20	Литва	20,1	-8,5
	<b>Всего</b>	<b>2583</b>	<b>-3</b>

Источник: [7].

На лидирующие позиции в топ-20 государств, жители которых осуществляют въезд в Россию с целью туризма, вышел Китай, оттеснив Германию на второе место. Подобная смена лидера была вполне ожидаемой в условиях благоприятного развития политических отношений России и Китая, основанных на принципе взаимоуважения и сотрудничества в различных отраслях. В пятёрке лидеров осталась Турция с увеличением турпотока почти в 10%. Улучшил свои позиции Израиль, в десятку лидеров вошла Южная Корея, увеличив число туристов по сравнению с 2013 годом, более чем на 50%. США, Канада, европейские страны, за исключением Латвии и Эстонии, продемонстрировали отрицательный прирост турпотока. Максимальное сокращение числа туристов по данным Ростуризма продемонстрировали: Польша (-37%), Финляндия (-27%), Румыния (-27%), Хорватия (-25%), Швеция (-25%), Австрия (-20%), Норвегия (-19%), США (-18%). 2014 год стал одним из самых сложных в российском въездном туризме.

После экономических и политических потрясений, в 2015 году постепенно происходит переориентация российского туристского рынка с выездного туризма на въездной и внутренний. Была запущена новая маркетинговая стратегия продвижения турпотенциала России под названием «Visit Russia/Время отдыхать в России», которая предполагает наличие туристических представительств в разных странах, развитие информационного партнерства между этими офисами и регионами России, туристическими, транспортными компаниями и СМИ [8]. Активизация рекламных кампаний за рубежом, открытие туристических офисов Visit Russia в ряде стран мира дали положительные результаты. 2015 год отметился рекордным за последнее время общим числом иностранных туристов. Девальвация рубля сделала поездки в Россию очень выгодными для туристов. Всего за этот год в нашу страну совершили путешествие 2,9 млн человек, что на 13,7% больше, чем в предыдущем (табл. 3).

Таблица 3

**Первые 20 стран по въезду иностранцев в Россию с целью туризма в 2015 г., тыс. чел.  
(по данным Ростуризма)**

№	Страна	Численность	% прироста от 2014 г.
1	Китай	677,6	65,3
2	Германия	358,1	2,5
3	США	165,1	2
4	Турция	139,3	3,4
5	Израиль	127,4	17,7
6	Южная Корея	116,3	41
7	Великобритания	114,5	-20
8	Италия	109,4	2
9	Франция	86,8	-8,5
10	Испания	79,4	31
11	Финляндия	59,6	-13
12	Япония	50,3	-7
13	Иран	35,4	106
14	Австралия	31,3	-14
15	Канада	30,4	-15
16	Латвия	30,4	4
17	Бразилия	29,8	10
18	Индия	27,8	70,6
19	Эстония	27,8	7,3
20	Швейцария	25,9	-3
<b>Всего</b>		<b>2937,4</b>	<b>13,7</b>

Источник: [7].

Статистика подтвердила тенденцию последних лет – активный рост новых, в основном азиатских рынков и медленное восстановление европейских. Тройка лидеров, по сравнению с прошлым годом, осталась неизменной. На первом месте снова оказался Китай, откуда к нам с целью туризма приехало 677,6 тыс. человек (+65,3%). На втором месте Германия, откуда число туристов составило 358,1 тыс. (+2,5%), далее США (165,1 тыс., +2%). Турция, несмотря на снижение показателей во втором полугодии, осталась на четвертой позиции (139,3 тыс.). Замыкал пятерку стран-лидеров, опередив Великобританию, Израиль с ростом в 17,7% и потоком в 127 тыс. туристов.

По темпам роста турпотока в 2015 году абсолютным лидером стал Иран (+106%). Благодаря реализации летней чартерной программы из Тегерана в Москву, Сочи и Санкт-Петербург, турпоток из этой страны вырос почти до 36 тыс. человек [5]. Отличные показатели также у Индии (+70,6%), которая впервые попала в топ-20, Южной Кореи (+41%) и Испании (+31%).

Испания – единственная страна Европы, где поток туристов в Россию вырос на рекордный 31%. в 2015 г. Это объясняется не только выгодным курсом евро, но и спокойным политическим фоном в отношениях Испании и России. Данный факт позволил испанскому турпотoku не только восстановиться после серьезного падения (-14%) в 2014 году, но и серьезно прибавить [2].

Ситуация по большинству европейских стран оставалась достаточно сложной: значительное снижение продемонстрировали Польша, Нидерланды, Великобритания, Франция, Финляндия, Дания. Политика продолжала влиять на выбор туристов.

2016 год можно назвать периодом «оттепели» в сфере въездного международного туризма. Уже за первое полугодие нашу страну посетили 2,8 млн туристов, что на 11,2% больше, чем за аналогичный период 2015 года. За 9 месяцев 2016 года Пограничная служба ФСБ предоставляет следующие данные (табл. 4):

Таблица 4

**Первые 20 стран по въезду иностранцев в Россию с целью туризма за январь–сентябрь 2016 г., тыс. чел.  
(по данным Пограничной службы)**

№	Страна	Численность	% прироста от 2015 г.
1	Китай	775,7	33
2	Германия	343,9	7,7
3	США	165,2	8,2
4	Южная Корея	123,8	23,7
5	Израиль	118,4	14
6	Великобритания	109,8	6,7

7	Италия	100,2	6,5
8	Франция	85,8	17,5
9	Испания	80,2	9,4
10	Иран	59,8	78
11	Финляндия	57,4	11,7
12	Япония	44,6	2,5
13	Австралия	34,1	16
14	Индия	32,3	38,6
15	Латвия	30,8	25,7
16	Эстония	30,8	41,3
17	Канада	28,7	-1
18	Швейцария	28,6	27,7
19	Нидерланды	22,7	18,2
20	Бразилия	21,8	-17,4

Источник: [4].

Как можно заметить, за январь – сентябрь 2016 года пятёрка лидеров по въезду туристов в Россию практически не изменилась. Единственное исключение составляет Турция, где резкое снижение въездного потока на 89% объясняется осложнением политических отношений после крушения российского самолёта, сбитого турецкой стороной на границе Сирии и Турции, и последовавшего за этим наложения санкций в отрасли туризма со стороны России. Место Турции в топ-5 заняла Южная Корея с приростом турпотока в 23,7%. Между Россией и Южной Кореей заключено соглашение о взаимном безвизовом въезде иностранных граждан, по которому они могут находиться на территории другого государства в течение двух месяцев. Подобное соглашение является достаточно выгодным и даёт положительные результаты, которые мы наблюдаем в увеличении числа туристов.

Турпоток из Ирана продолжает колоссально увеличиваться (+78%), теперь эта страна уже входит в первую десятку. Туристы прибывают в Россию целыми чартерами. Для граждан Ирана не так давно открылась возможность путешествовать по миру, и они с удовольствием ее используют. Продолжающаяся экономическая блокада Ирана со стороны США и западных государств является одним из факторов, направляющих поток туристов из этой страны в сторону России. Кроме того, спросом в России у жителей Ирана пользуется пляжно-рекреационный туризм, который не является популярным у граждан других стран, посещающих Россию. Количество туристов из Индии также заметно увеличилось (+38,6%). Индийские туристы интересуются Россией последние несколько лет, можно предположить, что с каждым годом туристов из этой страны будет становиться всё больше.

Отметим, что положительную динамику за январь-сентябрь показали большинство стран Европы, присутствующих в таблице Пограничной службы. Традиционные въездные рынки – Германия, Великобритания, Италия, Франция, Испания – сопротивляются азиатскому напору и по-прежнему держатся в первой десятке. Можно заметить, что в первой двадцатке только у Канады и Бразилии отмечается отрицательный прирост туристов по сравнению с 2015 годом. Такие показатели не могут не радовать.

В настоящее время развитие въездного международного туризма является одним из приоритетных направлений в этой отрасли. Несмотря на кризисные показатели 2014 года, сохраняющуюся до настоящего времени нестабильность в политических отношениях России с другими государствами, проблемы с развитием инфраструктуры, нашей стране есть, что предложить иностранным туристам. Согласно утвержденной Правительством РФ федеральной целевой программе «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011–2018 годы)» от 02.08.2011 г. происходит модернизация туристско-рекреационного комплекса России. Развитие туризма должно обеспечить значительный вклад в устойчивое развитие экономики путем обеспечения дополнительного финансирования программ по защите и восстановлению объектов культуры, исторического наследия и природы, проведения экологических программ, сохранения и развития социально-культурной среды [6].

Динамика роста въездного международного турпотока за анализируемый период доказывает, что туристические услуги и предлагаемые виды туризма в России путешественникам из разных стран, являются конкурентоспособными на мировом туристском рынке и в дальнейшем могут способствовать притоку иностранных туристов из различных регионов мира.

#### Литература

1. Деточенко Л.В. Особенности развития международного туризма на современном этапе // Электронный научно-образовательный журнал ВГСПУ «Грани познания». № 3(23). – Май 2013. – С. 74–78 [Электронный ресурс]. URL: <http://www.grani.vspu.ru/avtor/546> (дата обращения: 08.02.2017).

2. Въезд-2015: низкий рубль сделал своё дело [Электронный ресурс] // RATA news: Ежедневная электронная газета Российского союза туриндустрии. № 4009. URL: [http://www.ratanews.ru/news/news\\_10032016\\_1.stm](http://www.ratanews.ru/news/news_10032016_1.stm) (дата обращения: 03.02.2017).
3. Въездной турпоток в Россию вырос в 2013 году всего на 3,67%, эксперты назвали это «позором» [Электронный ресурс] // Турпром. Новости туризма. URL: <http://www.tourprom.ru/news/24261/> (дата обращения: 04.02.2017).
4. Основу «официального» въездного турпотока в Россию составляют граждане Украины, Азербайджана, Узбекистана, Монголии [Электронный ресурс] // RATA news: Ежедневная электронная газета Российского союза туриндустрии. № 4207. URL: [http://www.ratanews.ru/news/news\\_15122016\\_1.stm](http://www.ratanews.ru/news/news_15122016_1.stm) (дата обращения: 05.02.2017).
5. По России путешествует всё больше иностранных туристов [Электронный ресурс] // Российская газета. Федеральный выпуск № 6772. URL: <https://rg.ru/2015/09/08/intourist-site.html> (дата обращения: 04.02.2017).
6. Постановление Правительства РФ от 02.08.2011 г. № 644 «О федеральной целевой программе «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011–2018 годы)» [Электронный ресурс]. URL: <http://base.garant.ru/55171986/> (дата обращения: 06.02.2017).
7. Федеральное агентство по туризму Министерства культуры Российской Федерации [Электронный ресурс]. URL: <http://www.russiatourism.ru/> (дата обращения: 05.02.2017).
8. Visit Russia Время отдыхать в России. Туристическая ассоциация «Мир без границ» [Электронный ресурс]. URL: <http://www.visit-russia.ru/our-projects/visit-russiavremya-otdyhat-v-rossii> (дата обращения: 06.02.2017).

УДК 332.05

**А.А. Протасова, А.А. Кондакова, студенты**

*Научный руководитель: И.А. Волкова, д-р экон. наук, профессор  
г. Нижневартовск, Нижневартовский государственный университет*

## ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ СТРУКТУРНЫХ КОМПОНЕНТОВ ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО КАПИТАЛА НА ТЕРРИТОРИИ ХАНТЫ- МАНСЬСКОГО АВТОНОМНОГО ОКРУГА – ЮГРЫ

В последнее время все большее внимание ученых и исследователей привлекают вопросы изучения развития и накопления человеческого потенциала и капитала, их влияние на развитие экономики, как региона, так и в целом страны.

Актуальность работы заключается в том, что, несмотря на наличие и изученность теоретической базы, практическая реализация концепции «человеческого потенциала и человеческого капитала» в настоящее время в регионе и в целом по России значительно отстает от других стран. Современные тенденции и проблемы формирования человеческого капитала являются определяющими факторами социально-экономического и инновационного развития Ханты-Мансийского автономного округа – Югры. Таким образом, целесообразно оценить значимость человеческого капитала, его место и роль в развитии округа. Человеческий капитал является не только «локомотивом» инновационных преобразований, но и новым импульсом для дальнейшего развития не только округа, но и Российской Федерации в целом.

«С точки зрения инновационной экономики, человеческий капитал рассматривается как часть креативных трудовых ресурсов, накопленный ими багаж качественных знаний, высокий уровень материального обеспечения трудовых ресурсов, которые создают конкурентоспособную инновационную продукцию (товары, работы, услуги) на мировом рынке» [4].

На основании анализа методики оценки человеческого капитала по Г. Беккеру, авторами была предложена интегрированная система структурных компонентов, которая позволяет проследить тенденции и проблемы формирования человеческого капитала Ханты-Мансийского автономного округа – Югры (рис. 1).



**Рис. 1. Система структурных компонентов человеческого капитала**

Анализируя структуру человеческого капитала (рисунок 1), можно прийти к выводу, что данная экономическая категория включает в себя несколько компонентов, каждый из которых в той или

иной степени оказывает влияние на человеческий капитал: образование и здравоохранение, культура, миграционная политика и рынок труда, демографическая политика.

Рассмотрев структуру человеческого капитала, можно вывести следующее его определение: человеческий капитал представляет собой совокупность инвестиций на формирование и развитие потенциала человека, а также повышение качества и улучшение функционирования рабочей силы, а также совокупность знаний, умений и навыков, которые направлены на удовлетворение потребностей людей и общества в целом.

Таким образом, он представляет собой взаимодействие нескольких элементов, которые создают некую иерархию. Определяющими элементами, формирующими человеческий капитал региона, являются: уровень здравоохранения, профессионально-образовательные способности населения и уровень культуры региона [2], тенденции, развития которых рассмотрены ниже.

Образование по праву считается самой важной составляющей, формирующей как индивидуальный, так и национальный человеческий капитал. Образование в современных реалиях выступает в качестве фактора, который в значительной степени не только способствует диверсификации экономики, но и создает благоприятные условия для социально-экономического развития округа и страны в целом. Именно образование позволяет накапливать, развивать и совершенствовать человеческий капитал, становя развитие округа на инновационный путь развития.

Рассматривая образование в разрезе структуры человеческого капитала, важное внимание следует уделить формированию у населения округа грамотности в сфере финансовой деятельности, поскольку финансовая грамотность – это не что иное, как умение понимать и быстро ориентироваться в финансовых процессах. Финансовая грамотность подавляющего большинства населения страны находится на достаточно низком уровне, что является одной из главных причин низкого уровня жизни населения [3]. В целях повышения финансовой грамотности населения стоит провести комплексную модернизацию в образовательном процессе, посредством постепенного изучения рутинных финансовых операций на каждой его стадии.

Например, число образовательных организаций, осуществляющих подготовку специалистов среднего звена за последние 4 года (2010–2014 гг.) постоянно растёт, так к концу 2014 года на территории округа действует 25 средне-специальных учреждений. Удельная численность студентов учреждений среднего профессионального образования на период с 2010 года по 2014 год включительно так же постоянна и варьируется в пределах 18,6–19,3 тыс. чел., но уже к концу 2015 года удельная численность студентов подобных образовательных учреждений сократилась до 15 тыс. чел.. Ко всему прочему, удельная численность студентов высших учебных заведений за четырехлетний период (2010–2014 гг.) сократилась примерно на 34,2 тыс. чел. и сокращение количества высших образовательных организаций в таком случае не представляется катастрофической.

Помимо образования в формировании человеческого капитала важную роль играет система здравоохранения, создающая условия для сохранения и увеличения численности населения региона. Высокое качество услуг в области здравоохранения – залог сохранения и поддержания на высоком уровне состояния человеческого капитала, так, например, система медицинских учреждений округа представлена 167 организациями (рис. 2).

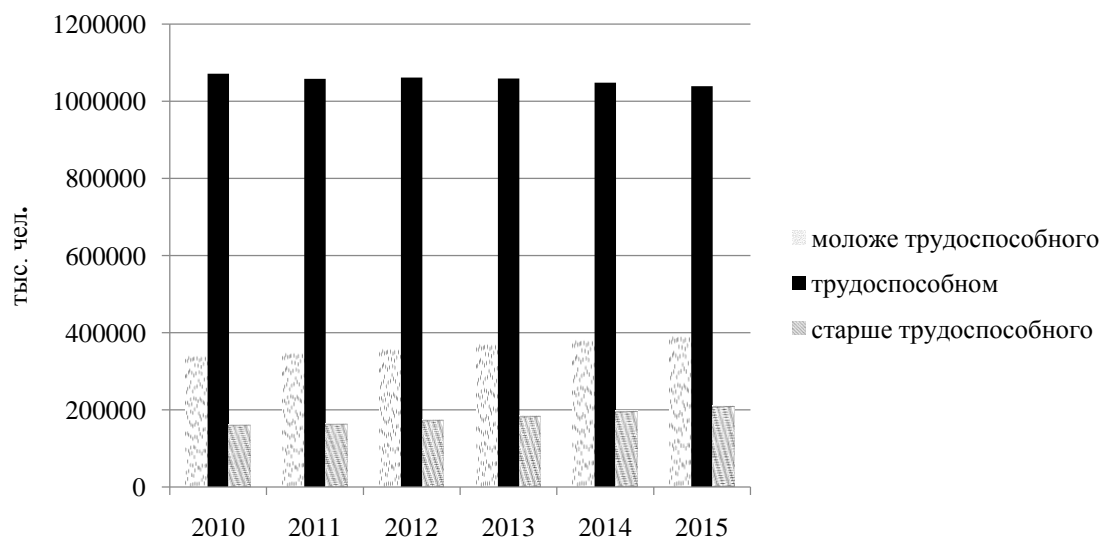


Рис. 2. Структура медицинских учреждений ХМАО–Югры

Развитие сферы здравоохранения – приоритетная задача в работе властных структур региона, обозначенная в «Стратегии социально-экономического развития Ханты-Мансийского автономного округа – Югры до 2020 года и на период до 2030 года». По данным Департамента здравоохранения Ханты-Мансийского автономного округа за период с 2010-2014 гг. объем финансирования сферы здравоохранения увеличился с 33 074,1 млн руб. до 54 983,6 млн руб. или в 1,7 раза. При этом расходы на 1 жителя также увеличились с 21,6 тыс. руб. до 34,3 тыс. руб. или в 1,6 раза.

Анализируя состояние демографической компоненты в разрезе человеческого капитала, можно отметить, что наблюдается позитивный характер изменений: коэффициент смертности в 2014 году по

сравнению с 2010 годом сократился на 0,4%, коэффициент естественного прироста хоть и демонстрирует положительную динамику, все же за 2 года также сократился на 0,6%.



**Рис. 3. Распределение населения по возрастным группам по Ханты-Мансийскому автономному округу–Югре 2010–2015 гг.**

Анализ распределения населения по возрастным группам (рисунок 3) показал, что численность населения старше трудоспособного возраста и населения моложе трудоспособного возраста за 5-ти летний период значительно увеличивается на 49 588 тыс. чел и 52 493 тыс. чел соответственно, чего нельзя сказать о численности населения в трудоспособном возрасте. Трудоспособного населения, начиная с 2012 года, становится меньше порядка на 21 977 тыс. человек, исходя из данных фактов, видится необходимость в снижении коэффициента смертности среди лиц трудоспособного возраста.

Для полноты картины необходимо проанализировать состояние культурного развития региона. Например, к 2030 году объем расходов консолидированного бюджета культуры ХМАО – Югры на 1 жителя достигнет 6 тыс. руб., что на 1,9 тыс. руб. больше, чем было в 2011 году (4,1 тыс. руб.). Развитие культурного уровня жителей Югры является важной задачей, поскольку от него зависит социально-экономическое состояние региона, а так же качество человеческого капитала.

Таким образом, анализ ситуации, сложившейся в сфере культуры на данном этапе, наглядно демонстрирует, что данная сфера развивается хорошими темпами. Уже сегодня мы видим, как активно формируется единое культурное пространство, как растёт уровень духовного и культурного потенциала жителей Ханты-Мансийского автономного округа.

Немаловажным аспектом при формировании человеческого капитала региона является изучение миграционных потоков населения. Анализируя данные можно прийти к выводу, что миграционные потоки очень интенсивны. До 2012 года количество прибывших человек возросло по сравнению с 2009 годом на 47 001 чел., но с конца 2012 года численность прибывших сократилась порядка на 7 889 чел. Численность выбывшего населения с территорию округа постоянно росла на протяжении 5 лет.

Анализ обобщенных показателей свидетельствует о социально-экономической привлекательности региона для эмигрантов.

Исследуя структуру человеческого капитала, нельзя оставить без внимания тенденции, складывающиеся на окружном рынке труда. Так, уровень безработицы, начиная с 2010 года, сократился, и к концу 2014 года составил порядка 4,6% (рис. 4).



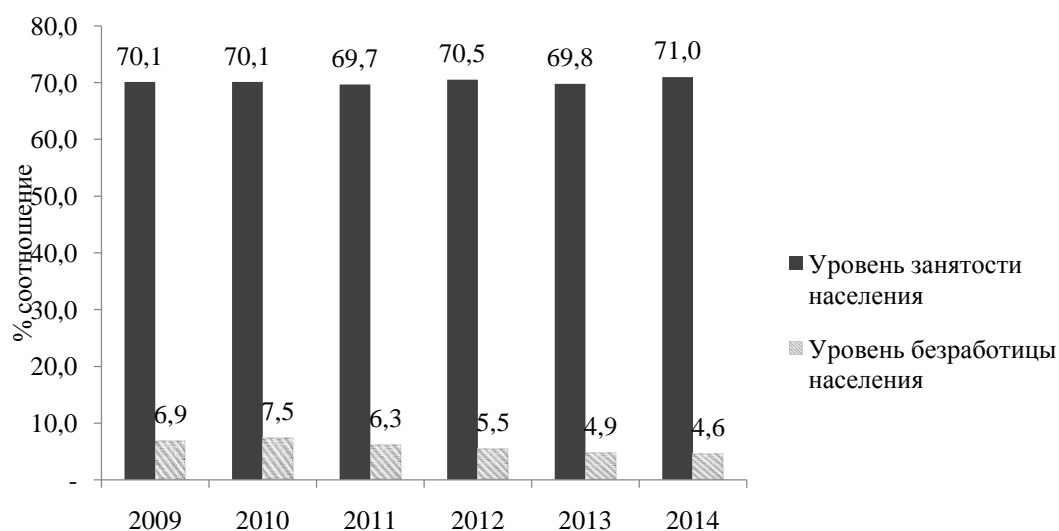


Рис. 4. Уровень занятости и безработицы населения Ханты-Мансийского автономного округа–Югры 2009–2014 гг.

Такие показатели являются на порядок ниже общероссийских показателей. Правительство ХМАО – Югры активно ведет политику в области повышения уровня занятости, путем создания вспомогательных организаций (центр занятости; центры трудоустройства выпускников на базе университетов).

Таким образом, занятость населения находится на высоком уровне, а система образования нацелена на выпуск высококвалифицированных трудовых ресурсов. Несмотря на рост уровня занятости, все же доля трудоспособного населения, начиная с 2012 года по сравнению с 2015, сократилась на 21 977 человек. Если же Правительство округа не примет кардинальные социально-экономические меры, то неминуемо дальнейшее сокращение численности среди указанной категории населения округа, что приводит к «старению» окружных кадров.

Население, занятое в процессе трудовой деятельности, называемое трудовым персоналом, является объектом человеческого капитала. Совокупность объектов человеческого капитала составляет рынок человеческого капитала, который по своей сути выступает в качестве рынка труда.

По результатам исследования динамики развития структурных компонентов человеческого капитала удалось выявить следующие тенденции.

Во-первых, в системе образования происходит медленная, но верная модернизация институтов образовательной системы. Округ встал на путь интегрированного профессионального образования, то есть осуществляется подготовка высококвалифицированных рабочих кадров в соответствии с постоянно изменяющейся конъюнктурой рынка труда. Отсюда следует, что уровень окружного образования достаточно высок, к тому же высшее образование в округе считать можно доступным, что подтверждают различные опросы, проводимые среди населения.

Во-вторых, тенденции, наблюдаемые в сфере здравоохранения, носят выраженный характер. В целом наблюдается положительная динамика количественных показателей развития, что никак нельзя сказать о качественных показателях. Так, например, финансирование из года в год растет, при этом такие показатели как: обеспеченность врачами растет, уровень заболеваемости сокращается и т.д. демонстрируют положительные динамические количественные изменения.

Однако, несмотря на увеличение объемов инвестирования здравоохранения, югорчане недовольны качеством оказываемой медицинской помощи. Так, например, опрос жителей города Нижневартовска [6] показал, что 60% респондентов крайне недовольны качеством предоставляемых медицинских услуг на территории города и округа. Причиной недовольства горожан является тот факт, что попасть к врачу нужной специальности крайне трудно (87,10% респондентов), присутствует явная некомпетентность врачей (33,87% респондентов), чисто формальный подход у врачей по отношению к пациентам (64,52% респондентов). Ко всему прочему около 50% респондентов считают, что попасть к врачу нужной узкой специальности можно только на платный прием, и это достаточно печальная ситуация, обнажающая проблемы окружного здравоохранения.

В-третьих, Югра является регионом с весьма благоприятной демографической ситуацией, по сравнению с другими регионами Российской Федерации. Это проявляется в увеличении коэффициента рождаемости, сокращении материнской и младенческой смертности и т.д. Однако можно отметить тот факт, что происходит старение окружных трудоспособных кадров. Несмотря на старение трудо-

способных человеческих ресурсов согласно «Стратегии социально-экономического развития Ханты-Мансийского автономного округа – Югры до 2020 года и на период до 2030 года», среднегодовая численность населения, занятого в экономике составит к 2030 году 941 тыс. чел., а уровень безработицы сократится до 5,1% к 2030 году. Это свидетельствует о том, что «кадровый голод» согласно планам будет сведен к минимуму.

В-четвертых, в целом культурный уровень региона достаточно высок, о чем более подробно говорилось ранее. Округ активно формирует культурное пространство, растет уровень культурного и духовного потенциала жителей округа, повышается обеспеченность населения культурными благами, особое внимание уделяется развитию толерантности, сплоченности и т.д.

В-пятых, как уже говорилось ранее, округ является очень привлекательным для мигрантов. В первую очередь это связано с социально-экономическими аспектами: высоким уровнем заработной платы, хорошим, но недостаточным уровнем оказания медицинской помощи и прочее. Такое положение дел обуславливает положительную динамику в развитии рынка труда (высокий уровень занятости).

Анализ современных тенденций показывает что, по уровню развития человеческого капитала ХМАО – Югра занимает первое место среди прочих субъектов Уральского федерального округа (рис. 5).

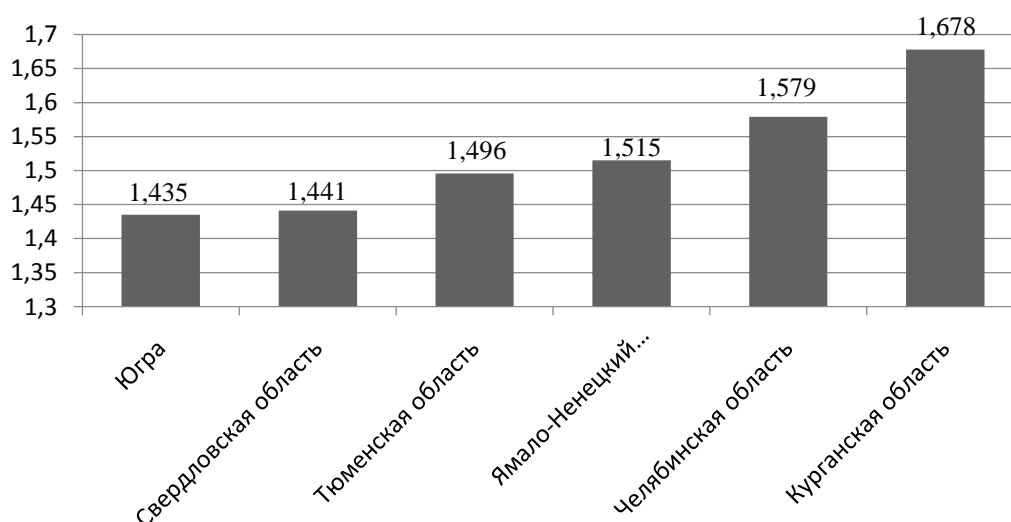


Рис. 5. Рейтинг субъектов Уральского федерального округа по развитию человеческого капитала (2014 год)

Исходя из данных, представленных на рисунке 5, можно сделать вывод о том, что по уровню развитию человеческого капитала Югра занимает лидирующие позиции. Другим способом оценки данного показателя является расчет индекса человеческого развития.

Взаимозависимость данных показателей обусловлена тем, что человеческий капитал представляет собой материальное отражение человеческого потенциала и связан с капиталовложением, а человеческий потенциал – это, в свою очередь, возможность развития человека и его способностей, рассчитываемый по формуле индекса человеческого развития.

Индекс человеческого развития рассчитывается по формуле:

$$ИЧР = \frac{I_{гр} + I_{уровня образования} + I_{душевого валового дохода}}{3}, \quad (1)$$

где  $I_{гр}$  – индекс грамотности взрослого населения,

$I_{уровня образования}$  – индекс уровня образования,

$I_{душевого валового дохода}$  – индекс душевого внутреннего валового продукта.

Так, согласно докладу Программы развития ООН индекс человеческого развития (ИЧР) Югры позволяет говорить о том, что округ занимает достаточно высокое положение. Анализируя показатели ИЧР Югры, можно заметить тот факт, что округ занимает 4 место среди остальных стран мира.

Таким образом, для развития и накопления человеческого капитала созданы все необходимые предпосылки. В частности курс на усовершенствование политики в области человеческого капитала нашел свое отражение в «Стратегии социально-экономического развития Ханты-Мансийского автономного округа Югры до 2020 года и на период 2030 года».

Исходя из проведенного исследования, можно отметить, что тема является достаточно перспективной для дальнейшего исследования. Человеческий капитал – это не только актив любого региона

и страны, но и самый ценный стратегически важный ресурс, обеспечивающий социально-экономическое развитие Ханты-Мансийского автономного округа – Югры в ближайшей перспективе.

#### Литература

1. Гурбан И.А. Национальный человеческий капитал России: региональная дифференциация // Фундаментальные исследования. – 2014. – № 5-5. – С. 1063–1069.
2. Кондакова А.А. Оценка развития человеческого потенциала в ХМАО-Югре / А.А. Кондакова // Актуальные проблемы науки на современном этапе развития: сборник статей Международной научно-практической конференции (18 ноября 2015 г., Екатеринбург). В 2 ч. Ч. 1 / отв. редактор А.А. Сукиасян. – Уфа: РИО МЦИИ ОМЕГА САЙНС, 2015. – С. 67–72.
3. Кондакова А.А. Оценка уровня финансовой грамотности студентов Нижневартковского государственного университета // XVIII Всероссийская студенческая научно-практическая конференция. Нижневартовск, 2016.
4. Протасова А.А. Роль человеческого капитала в развитии инновационной экономики Ханты-Мансийского автономного округа – Югры [Электронный ресурс] // Материалы Международного молодежного научного форума «ЛОМОНОСОВ-2016». – М.: МАКС Пресс, 2016.
5. Протасова А.А. Политика импортозамещения в инновационном развитии региональной экономической системы Ханты-Мансийского автономного округа – Югры // Сборник статей Международной научно-практической конференции «Актуальные проблемы науки на современном этапе развития». Уфа, 2015. С. 115–123.
6. Протасова А.А., Кондакова А.А. Проблемы развития человеческого капитала Ханты-Мансийского округа и пути их решения // EUROPEAN RESEARCH: сборник статей VII Международной научно-практической конференции / под общ. ред. Г.Ю. Гуляева. – Пенза: МЦНС «Наука и Просвещение», 2016. С. 218–221.
7. Результаты опроса по оказанию муниципальных (государственных) услуг [Электронный ресурс]. – URL: [http://www.n-vartovsk.ru/inf/oprosy/medopros/vote\\_result.php?VOTE\\_ID=5](http://www.n-vartovsk.ru/inf/oprosy/medopros/vote_result.php?VOTE_ID=5) (дата обращения: 22.04.2016).

УДК 331

**С.А. Прохорова, студент**

*Научный руководитель: О.Е. Колбасенко, канд. экон. наук, доцент  
г. Саратов, Саратовский социально-экономический институт (филиал)  
Российского экономического университета им. Г.В. Плеханова*

## ФОРСАЙТ РЫНКА ТРУДА: О НАСТОЯЩЕМ И БУДУЩЕМ ВОСТРЕБОВАННЫХ ПРОФЕССИЙ

В настоящее время, в условиях кризиса прошла волна сокращений и сформировался новый «тренд» среди наиболее востребованных профессий. На данный момент, существует определенный сегмент специальностей, которые пользуются популярностью, и, напротив, абсолютно не привлекают молодых людей, часть профессий уже «уходят на пенсию» и существует целый перечень специальностей, которые будут востребованы в будущем.

Даже самые передовые учебные заведения просто не успевают менять учебные программы и техники преподавания вслед за резкими изменениями «трендов» на рынке труда.

К наиболее востребованным профессиям, нехватка которых остро ощущается в настоящее время принято относить:

1) IT-специалист. В связи с широким распространением информационных технологий потребность в таких кадрах превышает все мыслимые пределы. Компании ощущают острый дефицит в системных администраторах, программистах и веб-программистах. Потребность в таких специалистах будет нарастать с каждым годом, месяцем и даже днем.

2) Инженер-проектировщик. Высоко квалифицированные специалисты в области строительства весьма востребованы на рынке труда. Однако, несмотря на то, что эта профессия крайне необходима и проходной балл в высшие учебные заведения технической направленности существенно ниже, чем в экономические или юридические вузы, на освоение этой профессии решается далеко не каждый. Не менее востребованными на данный момент являются архитекторы и дизайнеры.

3) Педагог. Нехватка учителей является традиционной уже на протяжении нескольких десятилетий. Школам, вузам и колледжам все сложнее найти квалифицированного преподавателя. Возможно, с течением времени и пересмотром уровня заработной платы, данная профессия станет не только востребованной, но и популярной.

4) Медик. Несмотря на то, что еще несколько лет назад профессия врача была не очень популярной, в настоящее время наблюдается острая потребность в работниках медицинской сферы. При этом, особая востребованность состоит в медиках узкого профиля, таких как: диетологи, логопеды, офтальмологи, и т.д. Но, как и в сегменте преподавателей, наблюдается острый дефицит, и поэтому

данная отрасль встретит с большим удовольствием специалиста любого профиля. Но уровень заработной платы так и оставляет эту профессию не привлекательной.

5) Маркетолог. В рыночных условиях, когда практически любой сегмент рынка перенасыщен товарами и услугами, любой организации требуются грамотные, высококвалифицированные маркетологи, которых очень мало. Задача этих специалистов состоит в мониторинге рынка и прогнозировании того, какая продукция или услуга необходима в настоящее время.

6) Специалист по персоналу. Рост организаций наблюдается в достаточно серьезных масштабах, что требует увеличения штата сотрудников, которых требуется подбирать, тестировать, оформлять с ними договора. Это приводит к востребованности кадровых работников.

7) Профессиональный рабочий. В настоящее время все больше людей стремится работать «не руками, а головой», что концентрирует основную массу молодых сотрудников в офисах. В связи с чем наблюдается недостаток квалифицированных машинистов, слесарей, электриков, сварщиков, на которых в последние годы спрос только нарастает.

8) Специалисты индустрии красоты. Современные люди уделяют огромное внимание своему внешнему виду и стилисты, визажисты, парикмахеры становятся неотделимой частью мира востребованных профессий.

9) Эколог. Востребованность этой профессии обусловлена тем, что экологическая обстановка как в России, так и в мире оставляет желать лучшего [4].

Такие профессии востребованы в настоящее время со стороны работодателей, но наблюдается острый дефицит предложения таких специальностей. Что же касается будущего, то многие эксперты сходятся во мнении, что в ближайшее время чисто «технических» или «гуманитарных» специальностей не останется.

Считается, что будущее за профессиями, которые связаны с научными разработками и находятся на стыке наук и информационных технологий, это такие специальности как: биохимия, биофизика, биомедицина.

Форсайт – технология совместного проектирования будущего. Формат коммуникации позволяет участникам создать коллективный образ будущего и договориться о совместных действиях по его достижению. В отличие от традиционного прогнозирования, технология форсайта является проактивной по отношению к будущим событиям. Это означает, что авторы и участники форсайта не просто оценивают вероятности и риски возникновения тех или иных событий, а проектируют свою текущую деятельность таким образом, чтобы усилить позитивные тренды, увеличить вероятность желаемых событий и предупредить усиление отрицательных, нежелательных трендов.

Форсайт профессий – это не способ прогнозировать будущее, а попытка его создать и спроектировать.

Форсайт рынка труда позволяет спроектировать профессии, которые будут востребованы в будущем [2].

Эксперты, которые разрабатывали перечень наиболее востребованных профессий в будущем, определили еще и профессии – ветераны, которые неминуемо останутся только в прошлом.

По мнению экспертов, неизбежным является «уход на пенсию» для таких профессий, как: банковский операционист, журналист и копирайтер (как бы удивительно это не звучало), турагент, библиотекарь и логист.

Что же касается наиболее востребованных профессий в будущем, то это урбанист-эколог, переводчик поколений и сити-фермер, системный биотехнолог, ГМО-агроном, биоэтик, специалист в кулинарных коммуникациях и лидер сетевых коммуникаций, оператор медицинских роботов, психиатр, специализирующийся на «информационном перегреве». Но это план на ближайшие 5–6 лет, так как эти специальности буквально стучатся в двери [1].

Переводчик между поколениями – это те люди, которые будут помогать коммуницировать представителям поколений X и Y. Тут уместно уточнить, что «поколение X» – это люди разных стран 1965–1979 года, а «поколение Y» – это их дети. Уже сейчас «игреки» говорят на другом языке, используя другой набор ценностей, нежели «иксы» и им все труднее становится понимать друг друга, а дальше все будет становиться только запутаннее. В связи с чем им потребуются переводчики – медиаторы, которые помогут вести переговоры – начиная от собеседований и заканчивая обсуждением творческих задач. Подготовкой таких переводчиков смогут факультеты психологии, социологии и вузы, которые готовят специалистов для масс-медиа.

Сити – фермер. Они будут заниматься обустройством и обслуживанием агропромышленных хозяйств, в том числе выращивать продукты питания на крышах и стенах небоскребов. Сити – фер-

мерство удовлетворяет запросы сразу нескольких целевых аудиторий – жителей мегаполиса, которые хотят заниматься хозяйством, но не обладают возможностью выехать на дачу и любителей экзотики.

Системный биотехнолог. Эти люди будут заниматься замещением существующих небιοтехнологических решений продуктами биотехнологий. Например, биотопливо вместо дизельного, строительные биоматериалы заменят привычный цемент и бетон. Словом, выпускников факультета биологии ждет интересное будущее.

Урбанист – эколог. Постоянный рост городов диктует создание новых на основе экологических биотехнологий. И, соответственно, для этого нужны специалисты, которые обладают знаниями в области биотехнологий. Впрочем, скорее всего эта специальность будет в наибольшей мере востребована за рубежом, в тех странах, где наблюдается большой дефицит пространства. Урбанисты – экологи будут специализироваться в области строительства, энергетики и контроля за окружающей средой.

Лидеры сетевых коммуникаций. На самом деле данной профессией уже заняты сотни людей, нужно лишь формализовать ее стандарты. В настоящее время существует огромное количество форумов, комьюнити и экспертных групп, которые объединяют личные и профессиональные интересы. И для того, чтобы такие сообщества максимально эффективно работали необходим качественный контроль модераторов. Зачастую модераторам не хватает компетенции, именно поэтому такого рода специалистов необходимо готовить. А подготовкой таких специалистов могут заниматься факультеты PR и связей с общественностью.

Через 10–17 лет потребуются специалисты в области ГМО-агрономии, биоэтики, строительстве «умных дорог».

ГМО-агроном. Сколько бы ни инвестировали агропромышленные холдинги в борьбу с ГМО, сколько бы ни рассказывали страшилок об овощах-мутантах, рано или поздно технологии ГМО возьмут свое. Натуральные продукты будут выращивать небольшие фермерские хозяйства и любители здорового питания на крышах небоскребов. В связи с чем возникнет необходимость в целой армии ГМО-агрономов.

Биоэтик. О том, каких высот достигнет трансплантология и генетическое моделирование органов, снято немало фильмов, и в каждом из них случается какая-нибудь драма из-за неэтичного применения новейших разработок. Чтобы свести такие драмы к минимуму, появится специальность «биоэтик» – это человек, который будет следить за нормативно-этическими аспектами работы медицинских, диагностических и биоинженерных центров. Соответственно, появится целая отрасль законодательства, регулирующая трансплантологию.

Специалист по кулинарным коммуникациям. В дальнейшем людям будет еще сложнее найти общий язык, чем сейчас. Существует прямая связь между характером человека и его вкусовыми пристрастиями, и еда – это отличный способ сообщить о своих чувствах и намерениях на невербальном и более глубоком уровне. Предполагается, что появятся такие рестораны, где посетители смогут заказывать, еду не себе, а своему спутнику. Причем в меню будут предлагаться не готовые блюда, а некий набор ингредиентов, из которых уже сам повар по индивидуальному заказу будет готовить кулинарное послание.

Оператор медицинских роботов. Уже сейчас присутствуют предпосылки для того, чтобы технологии вытеснили «классических» хирургов, а спустя 10–17 лет операции посредством хирургов, а не роботов будут только развивающиеся страны. Оперировать они будут, обеспечивая максимальную точность и минимизируя врачебные ошибки. И, конечно, потребуются операторы роботов – люди, которые имеют знания о медицине и IT-технологиях.

Еще одна профессия, востребованность которой в настоящее время обострилась и не утратит актуальность около 10-ти лет, – психиатр, который специализируется на информационном «перегреве». В связи с тем, что человеческая психика сейчас находится под высоким информационным давлением, актуальность этой специальности не вызывает сомнений. Фильтрация информация, это умение, которое недоступно сейчас практически 90% населения. Требуются специалисты, которые помогут людям не сойти с ума под прогрессом противоречивой информации [3].

Такова общая картина востребованных профессий в настоящее время и в недалеком будущем, но существует ряд специальностей, которые уже изжили свое и выходят на пенсию. Некоторые из них уже были рассмотрены. Исчезновение грозит таким профессиям, как почтальон, бухгалтер, провизор, парковщик, риэлтор, юрисконсульт, турагент, журналист, вахтёр, лифтёр, преподаватель-лектор, переводчик, ресепционист, операционист в банке и тому подобное. Ряд других профессий (в основном технического плана, как бурильщик) серьёзно модифицируются и сведутся к управлению автоматикой, в том числе на расстоянии.

Однако, вся изложенная информация не отрицает того, что настоящие профессионалы своего дела всегда будут необходимы и востребованы независимо от специальности и отрасли.

#### Литература

1. Атлас новых профессий [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://atlas100.ru/> (дата обращения: 25.03.2017).
2. Какие профессии будут востребованы через 5-7 лет [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.iqconsultancy.ru/articles/kakie-professii-budut-vostrebovany-cherez-5-7-let/> (дата обращения: 22.03.2017).
3. Рынок труда: итоги 2016, прогнозы 2017 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.superjob.ru/research/articles/112068/rynok-truda-itogi-2016-prognozy-2017/> (дата обращения: 22.03.2017).
4. Самые востребованные профессии в 2017 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://edunews.ru/professii/rating/vostrebovannie-Russia.html> (дата обращения: 20.03.2017).

УДК 334

**С.А. Прохорова, Ю.И. Сафронова, студенты**

*Научный руководитель: О.Е. Колбасенко, канд. экон. наук, доцент  
г. Саратов, Саратовский социально-экономический институт (филиал)  
Российского экономического университета им. Г.В. Плеханова*

### ПРОБЛЕМЫ СОВРЕМЕННЫХ ЛИДЕРОВ

Ни для кого не секрет, что руководство представляет собой необходимую часть и важнейшую составляющую эффективности деятельности организации. Организации, которые, имеют более эффективное руководство, добиваются более высоких результатов, нежели их конкуренты.

Каждый руководитель должен уметь определять те средства, с помощью которых он будет достигать поставленных целей, а также методы, посредством которых будет осуществляться контроль за их достижением. Еще одним важным умением является способность правильно ставить задачи. От того, насколько умело руководитель управляет мнением коллектива, зависит степень успешности его руководства.

Проблемы руководства и лидерства в современных организациях стоят довольно остро и поэтому необходимо уделять большое внимание различным аспектам руководства и лидерства.

Лидерство понимается как взаимоотношения, которые возникают между руководителями и подчиненными, и основываются на эффективном сочетании источников власти для определенной ситуации, и направленные на побуждение людей к достижению общих целей [2, с. 24].

В качестве одного из основных условий лидерства выступает наличие власти в формальных или неформальных организациях различных уровней и масштабов от государства. Формальная власть закрепляется законодательством. Но помимо такой власти, лидер имеет социальную, эмоциональную и психологическую опору в обществе или коллективе, которые решили за ним следовать.

Принято выделять формальное и неформальное лидерство. Формальное основывается на влиянии за счет занимаемой должности. Неформальное влияние строится на воздействии через личные умения, способности и прочие ресурсы [3, с. 105].

На основе проведенных среди российских предпринимателей опросов, было сформировано их понимание лидерства. Они считают, что лидерство – это дар, который присущ человеку от природы. И либо этот дар есть, либо его нет, и он никогда не появится.

Однако, это мнение весьма субъективно, и оно противоречит многим современным реалиям. Во-первых, многие западные, да и российские компании уже давно и весьма успешно дают возможность развивать и воспитывать лидеров. Во-вторых, сказать, что лидерами рождаются, невозможно. Конечно, бывают люди, которым присущи такие задатки, но для того, чтобы стать настоящим лидером необходим колоссальный опыт, постоянное развитие потенциала и, огромный багаж особых знаний и навыков. В-третьих, если детально изучить биографию большинства российских предпринимателей, которые успешно ведут свой бизнес, можно заметить, что многие из них прошли определенную школу лидерства.

Чтобы осуществлять развитие лидерства в организации, для начала необходимо определить, какие лидерские качества требуется развивать, для реализации переустройства культуры организации в целом, систему развития человеческими ресурсами так, чтобы можно было выявлять людей, у которых есть задатки лидера, воспитывать их, продвигать по карьерной лестнице и удерживать в компании.

Лидер, бесспорно, должен обладать пятью основными качествами:

- ответственностью. Это качество, в первую очередь подразумевает ответственность за самого себя, за свои мысли, решения и поступки. Лидер не должен спрашивать «кто виноват?», он в первую очередь должен думать «что делать». Ответственность, это всегда умение выполнять свои обещания. Такие лидеры не дают пустых обещаний и несут ответственность за тех людей, которые им поверили и пошли за ними.

- целеустремленностью. Успешные лидеры четко понимают, какая перед ними стоит цель, к чему им необходимо стремиться. Определить свою конечную цель очень и очень непросто, для этого требуется познать самого себя. В том случае, если лидер понимает, чего он хочет в жизни и ради чего он живет, люди будут более охотно доверять ему.

- стремлением к саморазвитию. Лидер не должен стоять на месте в своем личностном развитии, ведь только к человеку, который всесторонне развит, будет тянуться весь коллектив. Поэтому лидеру необходимо постоянно развивать себя. Он всегда осуществляет непрерывный процесс развития в себе положительных качеств.

- самодисциплиной. Если лидер обладает этим качеством, то это непременно успех в любом деле. Только тот, у кого есть сильная воля может нацелить себя на выполнение важных целей. Ведь, очень часто, лидеру приходится делать то, что ему некомфортно – это настоящая лидерская черта. Как раз наличие самодисциплины отличает его от других членов коллектива.

- умением общаться. Наличие данного качества необходимо любому успешному лидеру. Ведь нельзя повести за собой людей. Если не умеешь с ними общаться [1, с. 50–53].

Одновременно можно выделить ряд ролей:

- 1) Лидер – администратор. Данная функция означает, что лидер выполняет роль верховного координатора деятельности группы.

- 2) Лидер – политик. Данная функция подразумевает, что лидер должен уметь ставить цели и определять основные правила поведения группы.

- 3) Лидер – эксперт. Данная функция, отражает то, что лидер часто выступает в роли лица, к которому обращаются как к квалифицированному специалисту или источнику достоверной информации.

- 4) Лидер – представитель группы во внешней среде. Эта функция означает, что лидер является официальным лицом группы.

- 5) Лидер – планировщик. Данная функция говорит о том, что на лидера часто возлагаются обязанности разработчика методов и средств, посредством которых коллектив будет достигать поставленных целей.

- 6) Лидер – регулятор отношений внутри группы. Данная функция означает, что лидер должен обладать умением регулировать личностные и деловые взаимоотношения внутри группы, чтобы не возникали конфликты и разногласия внутри группы.

- 7) Лидер – источник поощрений и наказаний. Каждый лидер разрабатывает и применяет свою систему поощрений и наказаний.

- 8) Лидер – пример. Данная функция состоит в умении лидера представлять собой модель для подражания поведения членов группы.

- 9) Лидер – фактор. Данная функция характеризует лидера как человека, который играет такую роль, которая состоит в освобождении от ответственности за личные решения и действия, которые подвластные лидеру хотели бы избежать [4, с. 70–80].

Изучение проблем лидерства является особо важным, в связи с тем, что российские компании в последнее время достаточно часто сталкиваются с иностранными конкурентами, как на российском, так и на зарубежном рынке. А, как широко известно, у зарубежных компаний есть особое преимущество, которое выражается в отличных навыках и знаниях в области функционального менеджмента, и у них за плечами находится многолетний опыт развития лидерского потенциала, которого еще не достаёт в России.

Исходя из этого, российским компаниям для сохранения своей конкурентоспособности на рынке необходимо заниматься развитием лидерства.

Каждая современная организация нуждается в таком лидере, который будет обладать самыми лучшими личностными качествами и которые будут присущи в полной мере только ему, а не всему коллективу.

Основной проблемой современных лидеров является то, что их трудно отделить от коллектива и увидеть их там вообще.

Всем известно, что лидер, это тот человек, который объединяет коллектив и делает его сплоченнее. В большинстве случаев, в качестве лидера выступает сам руководитель организации, но это бывает не всегда.

Руководитель, безусловно, может стать лидером только в том случае, если ему безукоризненно будут доверять абсолютно все члены коллектива и бесспорно исполнять

все его указания, а главное делать это, не подвергая слова излишним сомнениям. Такие руководители смогут добиться своих целей и будет успешен в своем деле.

Рассмотрим проблемы лидеров более детально.

Первая проблема состоит в противостоянии между лидером и руководителем, то есть в более упрощенной форме, между формальным и неформальным лидером. Такая ситуация свойственна практически для любой организации, в которой есть два главных человека – начальник и признанный коллективом лидер. В первом случае всегда наблюдается угнетение второго, потому как коллектив больше стремится прислушиваться к неформальному лидеру.

Однако, подобная ситуация долго продолжаться не может и на место слабого неформального лидера приходит новый, более сильный, с которым руководителю уже гораздо сложнее бороться. Руководитель вынужден идти на определенные уступки, для того, чтобы добиться расположения подчиненных.

Вторая проблема состоит в том, что на деле реальные качества лидеров не всегда соответствуют зафиксированным теоретически.

Третья проблема состоит в деструктивных лидерах, которые являются противниками групп. Они могут выступать, например, против нововведений или инноваций в организации.

Четвертая проблема кроется в выявлении лидеров, то есть людей, которые наделены прирожденными или развитыми лидерскими качествами и главное привлечение таких людей к занятию руководящих постов.

Пятая проблема состоит во взаимопонимании индивидуальных целей лидера и целей всего коллектива и организации.

Шестая проблема заключается в умелом сочетании формального и неформального лидерства в одном руководителе. Ведь любой подчиненный желает увидеть в своем руководителе не только начальника, но и человека, который наделен этическими качествами, заботится не только об эффективности организации, но и о сотрудниках.

Седьмая проблема состоит в том, что лидер должен быть разносторонне развит, что есть ему необходимо постоянно совершенствовать свои навыки и умения [3, с. 20–28].

Таким образом, можно сделать вывод, что существует большое многообразие проблем лидерства в организации, наличие которых снижает эффективность деятельности организации. Поэтому эти проблемы можно и нужно решать.

Примером успешного лидера является Маргарет Уитмен, которая не только заслужила доверие от своих подчиненных, но и спасла компанию Hewlett Packard от разорения. Придя в компанию HP, Мэг за четыре с половиной года привела ее в порядок. Для начала, она показала себя как грамотный лидер. Придя в компанию, она сразу же определила ее ключевые ценности, определила главные направления деятельности, которые удаются компании и взяла их за основу. Но главной проблемой была громадная пропасть между руководством и рядовыми сотрудниками, в том числе большой забор с колючей проволокой, окружавшей автостоянку руководителей. Отгороженный стеной офис и забор (как в военной части) явственно демонстрировали, как далеко HP отошла от культуры, заложенной ее основателями. Поэтому Мэг снесла этот забор и переместила всех руководителей в боксы, чем заслужила уважение среди сотрудников, в связи с чем она также стала и неформальным лидером компании. Она и сейчас вдохновляет своих сотрудников, показывая им, что любую цель возможно достигнуть, если в нее верить.

Мэг признает, что реальный взгляд на вещи необходим, но цинизм и предубеждения убийственны. Она действительно верит, что люди могут изменить мир, и всячески помогает своим работникам достичь тех целей, которые могут помочь в изменении этого мира к лучшему, ведь если бы основатели eBay, Netflix и многих других интернет-компаний скептически оценивали человеческую природу и страдали подозрительностью, они никогда бы не затеяли свои предприятия [5, с. 120–123].

Эффективный лидер не может быть робким, говорит Мэг Уитмен, цена бездействия гораздо больше, чем цена ошибки. Если дать любой команде неограниченное время или ресурсы для выполнения какой-либо задачи, это редко приносит желаемые результаты, именно ограничения заставляют нас концентрироваться.



Выжидать, пытаться предвосхитить все проблемы заранее, могут обойтись слишком дорого для компании. Даже попытка действовать научит куда быстрее.

Какими бы неоднозначными, сложными и даже парализующими ни были обстоятельства, цена бездействия, нерешительность и нежелание идти вперед, куда выше, чем цена ошибки.

Маргарет Уитмен окружает себя и своих работников лучшими людьми, и создает им самые лучшие условия для работы, которую они смогут найти.

Что же касается русских лидеров, хотелось бы рассказать о человеке, которого «Коммерсантъ» назвал лучшим банкиром в рейтинге 1000 топ-менеджеров России в 2015 году, об Алексее Марлей. Он уже 12 лет работает в Альфа-Банке, причем начинал он с простого менеджера, и стал впоследствии СЕО данной компании. Про «человеческие отношения» в коллективе Алексей рассказывает так: «Каждый по-своему понимает «человеческие отношения». И кто-то считает, что можно нарушить обязательство, мы ведь в человеческих отношениях. Где вот эта граница? Я не знаю. Я привык очень осторожно относиться к собственным обещаниям. Если их дал, то держи. В бизнесе надо придерживаться принципа, что бизнес есть бизнес, контракт есть контракт. Может быть, это кому-то кажется скучным. Кому-то кажется западным. Кому-то бюрократическим. Но формализация договорных отношений никогда еще не вредила долгосрочным партнерским союзам».

Работники Альфа-Банка должны быть сильными, талантливыми людьми, которые компенсировали бы его собственные недостатки, но с такими людьми гораздо сложнее: они всегда имеют свое мнение, хотят свою территорию, хотят принимать решения. Только создавая среду, в которой они смогут реализовать себя, свои амбиции и потенциал, возможно получить потрясающую команду, которая для некоторых руководителей является лишь несбыточной мечтой.

Для того, чтобы воплощать идеи своих сотрудников, Марлей проводит ежегодный «Альфа – хакатон», во время которого участники нон-стоп в течение 24 часов разрабатывают свои проекты. Во время проведения хакатона Алексей не был просто сторонним наблюдателем, который пожелал командам удачи и пошел заниматься другими делами, он работал ментором, консультируя идеи команды с точки зрения бизнеса, применимости в жизни, возможности интеграции с бизнес-процессами банка. Удачным решением со стороны Алексея был отказ от его участия в жури, таким образом, он не был эмоционально привязан к какой-либо идее, которая по его мнению могла бы быть удачной для банка.

Также проведение хакатона было очень полезно с практической точки зрения: люди из разных подразделений прожили вместе эти 24 часа как единая команда, что позволило работникам пересмотреть свое отношение к коллегам и ощутить себя частью слаженного механизма, создающего что-то инновационное.

Также нельзя не упомянуть о том, что Марлей ежегодно посещает несколько городов для проверки филиалов банка. Он понимает, что федеральный банк не ограничивается только Москвой и необходимо держать связь с регионами. Но к минусам таких встреч стоит отнести их нерегулярность и то, что реального положения дел в филиалах Марлей может и не узнавать.

Несмотря на то, что и Алексей Марлей может допускать ошибки в управлении, он все равно может считаться примером для остальных лидеров российских компаний. Несомненно, что за рубежом лидерство развивается намного дольше, чем в нашей стране, поэтому необходимо анализировать деятельность успешных лидеров и стремиться не допускать их ошибок.

#### Литература

1. Максвелл Дж. Лидерство через эффективные взаимоотношения / Дж. Максвелл. Кириченко, 2012. – 160 с.
2. Де Врис К. Мистика лидерства развитие эмоционального интеллекта / К. Де Врис. Альпина Паблишер, 2017. – 277 с.
3. Адизес И. Идеальный руководитель. Почему нельзя им стать... / И. Адизес. Альпина Бизнес Бук, 2017. – 264 с.
4. Иванова С. Развитие потенциала сотрудников. Профессиональные компетенции. Лидерство. Коммуникации / С. Иванова. Альпина Бизнес Бук, 2017. – 279 с.
5. Лайкер Дж. Дао Toyota. 14 принципов менеджмента ведущих компаний / Дж. Лайкер. Точка, 2017. – 400 с.

## **ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

Инновации – ведущий фактор экономического развития современных государств. Они обеспечивают оптимизацию структуры экономики, способствуют росту конкурентных преимуществ в ее отраслях, диверсификацию хозяйственной деятельности, привлечение внешних финансовых ресурсов с целью приобретения рыночной власти и установления господства в развитии ведущих секторов мировой экономики. Разработка и внедрение инноваций требует использование трудовых, организационных, финансовых ресурсов. Решение соответствующих задач необходимо в целях достижения экономической эффективности страны.

В условиях экономической неустойчивости и санкционных ограничений большое внимание уделяется развитию инновационной деятельности. В статье проведен анализ состояния инновационной деятельности в Российской Федерации и обозначены перспективные направления ее развития.

Опыт развитых стран доказывает, что инновационная деятельность является залогом обеспечения экономической безопасности и снижения зависимости национальных экономик от конъюнктуры мирового рынка.

По данным международных рейтингов, в настоящее время прослеживается тенденция отставания Российской Федерации от мировых лидеров, занимающих прочные позиции в глобальном инновационном пространстве [2, с. 7]. Это обуславливает актуальность изучения современного состояния инновационной деятельности в Российской Федерации с целью выявления проблем, сдерживающих ее полноценное развитие.

Динамический анализ удельного веса организаций, осуществлявших технологические, организационные, маркетинговые инновации, в общем числе обследованных организаций в РФ за 2010–2015 гг. показал, что пик инновационной активности приходился на 2011 год, когда значение исследуемого показателя составляло 10,4%. В последующем наблюдалось его снижение до уровня 9,3% [6, с. 12].

При этом, за снижением инновационной активности последовало сокращение удельного веса инновационных товаров, работ и услуг. Данный показатель имел тенденцию роста с 2010 (4,8%) по 2013 год (9,2%), но в 2015 году он снизился до уровня 8,4%.

Сложившаяся ситуация обусловлена рядом факторов, оказывающих негативное влияние на инновационную сферу Российской Федерации [5, с. 73].

1. Недостаточное финансирование инновационной деятельности. Об этом свидетельствует рейтинг национальных расходов на НИОКР, в котором в 2014 году Российская Федерация занимала 28 место. С 2010 по 2014 годы затраты на технологические инновации демонстрировали положительные тенденции, увеличившись в 3 раза (в 2014 году 1211897,1 млн рублей). Однако в 2015 году анализируемый показатель сократился на 0,05% по отношению к предыдущему периоду. Вероятнее всего, это связано с кризисными явлениями в экономике Российской Федерации.

Даже учитывая рост объемов затрат на технологические инновации, инновационная активность предприятий заметно сократилась. Это является прямым следствием снижения инвестиций в инновационную сферу, вызванного тем, что инвесторы не готовы рисковать, вкладывая деньги в наукоемкие производства и технологии.

2. Для России характерен низкий уровень реализации научно-технического потенциала и использования знаний для целей социально-экономического развития.

3. Численность квалифицированных кадров, занятых исследованиями и разработками, заметно снижается. За период 2005–2015 годы данный показатель сократился на 9,1%. По причине миграции ученых, изобретателей, исследователей за рубеж ежегодные российские потери оцениваются не менее, чем в 3 млрд долларов.

Достичь главной стратегической цели инновационной политики можно только за счет резкого повышения результативности научной и научно-технической деятельности, широкомасштабного вовлечения объектов интеллектуальной собственности в хозяйственный оборот, кардинального переоснащения научно-технической сферы, промышленности, строительства, энергетики, жилищно-

коммунального хозяйства, транспорта, связи, медицины и других отраслей на базе передовых достижений науки, технологий и техники.

Следует организовать плодотворное взаимодействие органов государственной власти, которые будут оказывать научно-технической и инновационной деятельности всестороннюю поддержку, с предприятиями различных форм собственности, действующими в соответствии с рыночными принципами, а также с отечественными и зарубежными инвесторами. Взаимоотношения всех участников инновационной деятельности должны основываться на инициативе, заинтересованности и ответственности самих участников. Именно сами участники должны определять, какие инновации следует создавать и где их осваивать, каким образом привлекать инвестиции, и в каком размере. И нести за свои решения ответственность, в том числе материальную. Отбор лучших инновационных проектов также должен производиться главным образом заинтересованными инвесторами, которые рискуют собственными денежными средствами.

Решение проблемы нехватки квалифицированных инженерных кадров и ученых частично возложило на себя Агентство стратегических инициатив, создавшее новую модель системы дополнительного образования – детский технопарк «Кванториум» [1, с. 18]. Проект реализуется с целью выявления и развития таланта у детей по таким направлениям, как нейробиология, прикладная космонавтика, перспективные транспортные средства, биотехнология, беспилотная авиация. В будущем это позволит им выйти на рынок труда уже высококвалифицированными научными специалистами. В данном проекте принимают участие Республика Татарстан, Алтайский край, Московская область, Ханты-Мансийский автономный округ – Югра. К 2020 году в стране должны функционировать не менее 10 Кванториумов.

Нестабильная экономическая ситуация РФ и ориентация на политику импортозамещения могут стать отправными точками в процессе развития организационных (инновационные изменения в организационной структуре предприятий) инноваций.

Для того чтобы решить существующие проблемы и вывести российскую инновационную сферу на качественно новый уровень развития, необходимо расширить и усовершенствовать методологию государственного регулирования инновационной деятельности.

В сегодняшний день, в Российской Федерации государственное регулирование инновационной деятельности осуществляется на основе прямых и косвенных методов.

Таблица 1

**Методы государственного регулирования инновационной деятельности**

Прямые методы	Косвенные методы
Финансирование в соответствии с законами	Налоговые льготы
Контрактное финансирование посредством государственных целевых программ	Кредитные льготы фирмам, организациям
Государственные контракты на приобретение новшеств	Долевое финансирование инновационных проектов
Объединение университетов с промышленной сферой	Создание консорциумов, инженерных центров, технопарков и технополисов

Наиболее эффективными методами регулирования являются косвенные методы, которые направлены на стимулирование инновационных процессов, на создание благоприятных экономических условий и социально-политического климата. Действие этих методов успешно, если они способствуют формированию общественных, а не индивидуальных условий хозяйствования.

Необходимо стараться ускоренными темпами увеличивать научно – технический потенциал, расширять научно – исследовательские возможности ВУЗов и развивать программы по поддержке научных кадров. Для достижения данных целей следует увеличить количество технополисов и технопарков в тех регионах, где наиболее сконцентрирован выпуск инноваций и проживает достаточное количество высококвалифицированных кадров. Создание технополисов и технопарков приведет к трансформации знаний в области технологий, поддержке предприятий в сфере наукоемкого бизнеса, формированию той экономической среды, которая обеспечит устойчивое научно-технологическое предпринимательство, созданию новых малых и средних предприятий, повышению степени конкурентоспособности отечественной продукции.

Таким образом, компетентная реализация «Стратегии инновационного развития Российской Федерации до 2020 года» и дополнительные возможности предпринимательского сектора позволят обеспечить необходимые условия для развития кадрового потенциала, прогрессивных технологий и инноваций, а также повысить инновационную активность, что, в свою очередь, будет способствовать выходу России на ведущие позиции в международных инновационных рейтингах.

## Литература

1. Агентство Стратегических Инициатив [Электронный ресурс]. – URL: <http://asi.ru>
2. Бритикова Е.А., Гайдо О.В., Крючкова В.А. Финансовое состояние предприятия как основной показатель его деятельности // Сборник статей третьей международной школы молодых ученых в области экономики и права на юге России. – 2016. С. 18–21.
3. Бритикова Е.А., Тонян М.Н., Кутовая А.А. Механизмы формирования инвестиционного портфеля // Сборник статей третьей международной школы молодых ученых в области экономики и права на юге России. – 2016. С. 28–31.
4. Ермолаева А.В., Ланденко М. Работа с обращениями граждан в органах государственной власти субъектов РФ и органов местного // Право. 2004. № 12. С. 67.
5. Иванова С.А. Основные проблемы инновационного развития статистики [Электронный ресурс]. – URL: <http://web.snauka.ru/issues/2014/04/33127>
6. Федеральный бюджет на 2014–2016 года. Расчеты аналитического отдела [Электронный ресурс] / Министерство финансов РФ. – URL: <http://minfin.ru/ru>
7. Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.gks.ru/>
8. The global innovation index 2016 [Электронный ресурс]. – URL: [http://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo\\_pub\\_gii\\_2016-intro5.pdf](http://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo_pub_gii_2016-intro5.pdf)

УДК 339.13

**С.Ф. Равилова, студент**

*Научный руководитель: Н.В. Евдокимова, ст. преподаватель  
г. Нижневартовск, Нижневартовский государственный университет*

## АЛГОРИТМ ВНЕДРЕНИЯ МАРКЕТИНГОВОЙ СЛУЖБЫ В ТОРГОВОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

Результат маркетинговой деятельности субъекта рынка кроме профессиональной подготовки специалистов во многом зависит от организационной структуры службы маркетинга.

Маркетинговая служба играет жизненно важную роль в продвижении компании и миссии организации. Она служит лицом компании, координирует производство всех материалов. Работа службы маркетинга заключается в том, чтобы охватить потенциальных клиентов, потребителей, инвесторов и создать всеобъемлющий образ, который представляет компанию в выгодном свете, то есть разрабатывает свой бренд.

А.М. Годин считает, что маркетинговые службы – это специальные структурные подразделения, основной задачей которых является работа по обеспечению выполнения маркетинговых целей и функций [2, с. 372].

Целями маркетинговой службы являются:

- обеспечение товарооборота;
- анализ прибыли за счет достижения превосходства над конкурентами;
- оптимизация затрат на производство и продвижение продукции.

По мнению В.Д. Маркова служба маркетинга является своего рода мозговым центром предприятия, источником информации для всех функциональных подразделений (производственной, технологической, юридической, финансовой и других служб) [4, с. 53]. Эта информация ложится в основу формирования политики предприятия по всем направлениям. Соответствующие рамки деятельности службы маркетинга устанавливаются положением о маркетинговой службе, которое должно включать общие цели и функции службы, ее права и ответственность, конкретный вариант организационной структуры этого подразделения.

Отдел службы маркетинга является залогом хорошего маркетинга и успешных продаж.

По мнению автора М.Н. Максимовой отдел маркетинга помогает предприятию выполнить следующие действия [3, с. 234]:

- Строить отношения с аудиторией.

Создает понимание о компании и ее продукции, а также представление товара или услуги, таким образом, чтобы происходил интерес от аудитории. Тем самым это привлекает новых клиентов и создает новые возможности для компании.

- Привлечь клиента.

Отдел маркетинговой службы взаимодействует с существующими клиентами, пытается понять и услышать их предпочтения. Он следит за конкуренцией, создает новые идеи, определяет планы, вырабатывает стратегию привлечения клиентов.

– Генерирование дохода.

А.Ф. Барышев выделяет, что основной целью отдела службы маркетинга заключается в том, чтобы приносить доход [1, с. 132]. Вся его деятельность направлена на расширение клиентской базы и поиска возможностей, что бы создать дополнительную прибыль для компании.

Таким образом, исходя, из выше описанного можно сделать вывод о том, что отдел маркетинговой службы необходим любой организации.

Для внедрения маркетинговой службы понадобится определенный алгоритм действий (рис. 1).

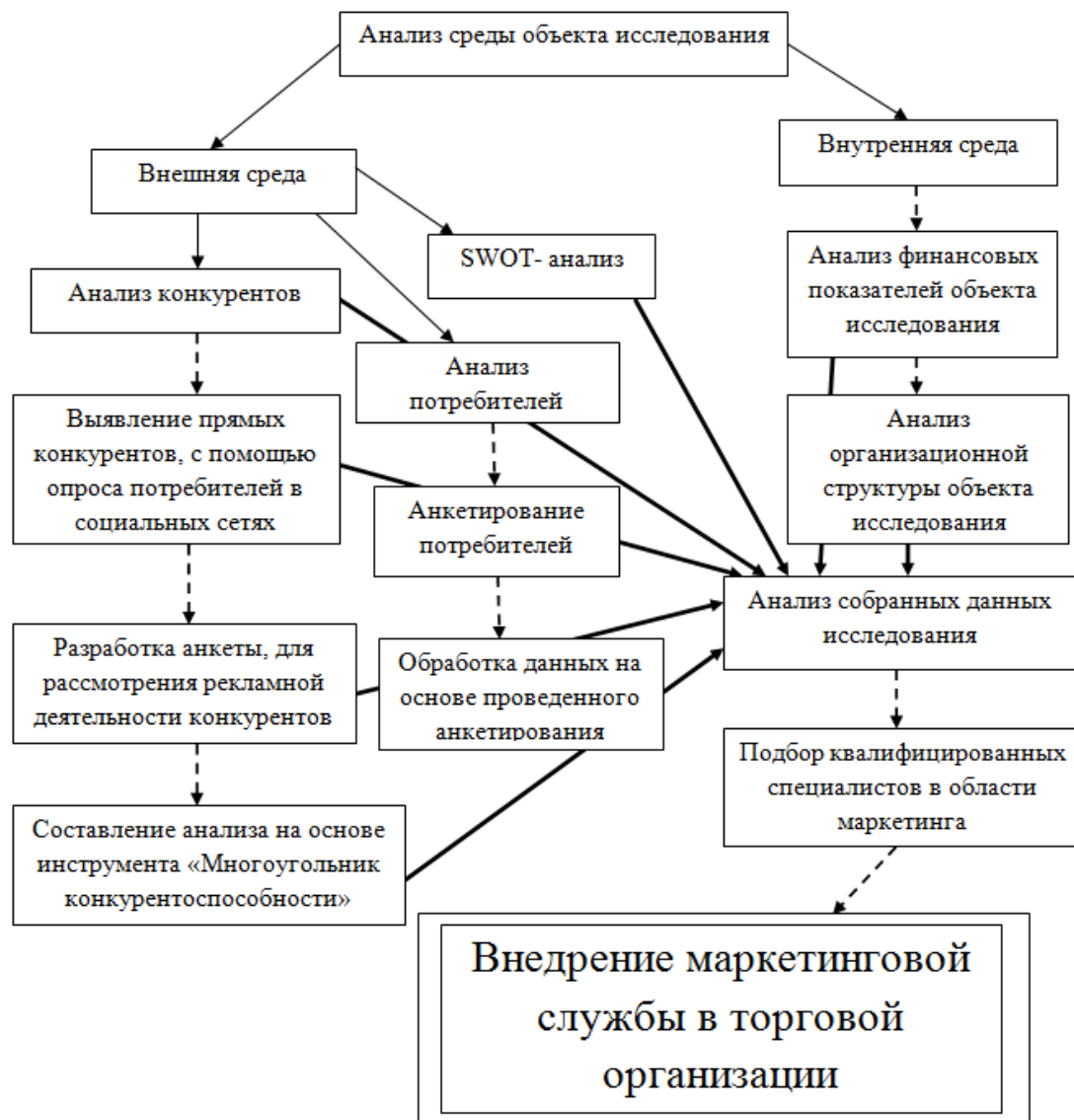


Рис. 1. Алгоритм внедрения маркетинговой службы в торговой организации

Рассмотрим более детально каждый пункт алгоритма внедрения маркетинговой службы в торговой организации.

Анализ конкурентов один из основных и составляющих пунктов в данном исследовании. Тем самым возможно обнаружить их сильные и слабые стороны.

Выявление прямых конкурентов на основе опроса потребителей позволяет оценить по 10-балльной шкале каждого участника с объектом исследования.

Также разработка анкеты для потребителей потребуется для исследования конкурентов в области рекламной деятельности.

Инструмент «Многоугольник конкурентоспособности» наглядно продемонстрирует, какой из конкурентов является главным и значительным для объекта исследования.

SWOT – анализ также играет важную роль в исследовании, так как непосредственно раскрывает сильные, слабые стороны и возможности, угрозы объекта исследования.

Анализ потребителей позволяет с помощью анкетирования выявить потенциальные желания потребителей и их удовлетворенность объектом исследования.

Анализ финансовых показателей показывает, в каком состоянии находится компания. Тем самым помогает выявить за счет этих показателей основные проблемы объекта исследования. Также необходимо проанализировать организационную структуру, так как это позволяет изучить функционал объекта исследования.

Следующий пункт алгоритма внедрения является обработка собранных данных исследования.

После необходимо подобрать квалифицированных специалистов, так как это непременно значимый пункт в алгоритме, ведь залог качественной маркетинговой службы зависит от профессиональных сотрудников.

Все вышеописанное позволит обосновать внедрение маркетинговой службы в торговой организации.

Маркетинговая структура имеет решающее значение для успешной реализации концепции маркетинга. Для организации маркетинга не существует универсальной схемы. Отделы маркетинга могут быть созданы на разных основах; они, как правило, являются частью коммерческой сферы деятельности предприятия. Однако на предприятиях, производящих специфическую продукцию, эти отделы иногда становятся элементом технической сферы. Каждая фирма создает отдел маркетинга с таким расчетом, чтобы он наилучшим образом способствовал достижению маркетинговых целей (выявление неудовлетворительного спроса покупателей, географическое расширение рынков, изыскание новых сегментов рынка, увеличение прибыли и т.д.).

Таким образом, отдел маркетинга имеет важное значение не только для позиционирования и продвижения продукта, но и для предоставления важной информации организации обо всех аспектах бизнеса. Это ключевой отдел любой организации и невозможно обойтись без отдела маркетинговой службы. Даже в трудные времена, компания не может избавиться от отдела службы маркетинга. С другой стороны, отдел маркетинга становится ключевым игроком, так как преобразовывает компанию, таким образом, чтоб она приносила прибыль.

#### Литература

1. Барышев А.Ф. Маркетинг: учебник / А.Ф. Барышев. – 6-е изд., стер. – Москва: Академия, 2009. – 223 с.
2. Годин А.М. Маркетинг: Учебник. Дашков и К, 2014. – 656 с.
3. Максимова М.Н. Основы теории управления: учеб. пособие / М.Н. Максимова; М-во образования и науки Рос. Федерации, Ин-т гос. службы при Президенте Респ. Татарстан. – Казань: Центр инновационных технологий, 2005. – 331 с.
4. Маркова В.Д. Маркетинг. Менеджмент : учеб. пособие / В.Д. Маркова. – М.: Омега-Л, 2007. – 203 с.

УДК 339.137.27

*А.Д. Раменская, студент*

*Научный руководитель: Г.Г. Ляскин, канд. экон. наук, доцент  
г. Новосибирск, Новосибирский государственный университет экономики и управления*

## ЖЕЛАТЕЛЬНЫЕ КАРТЕЛИ. ПРИМЕРЫ И ВОЗМОЖНОСТЬ СОЗДАНИЯ ТАКИХ КАРТЕЛЕЙ

В мире существует огромное количество примеров кооперации, если товаропроизводители объединяются в один союз, картель, который способен обозначать свои требования на рынке. В случае если аналогичные структуры ставят перед собой задачу завладеть рынком, они оказываются предметом разных антимонопольных расследований. Но данное обстоятельство не означает, что производители категорически отказались от идеи организации совместной деятельности с тем, чтобы наиболее результативно достигать собственных целей [6, с. 138].

Актуальность данной темы определена тем, что подобные объединения дают возможность данным предприятиям удержаться в конкурентной борьбе с более крупными предприятиями. Таким образом, интенсивность конкуренции заставляет предприятия искать пути повышения своей конкурентоспособности и новые формы организации бизнеса [11]. Этим объясняется активно протекающие в российской экономике процессы роста концентрации [2, с. 35; 4, с. 118]. В условиях кризиса многие

компания терпят убытки от снижения спроса на продукцию, поэтому для многих из них единственный путь к спасению – это интеграция [2, с. 36].

Картель – объединение, как правило, фирм одной отрасли, которые составляют устное или письменное соглашение, касающееся различных сторон коммерческой деятельности компании, – соглашение о ценах, рынках сбыта, объемах производства и сбыта, об ассортименте, обмене патентами, условиях найма рабочей силы и т.д. В соответствии с антимонопольным законодательством во многих странах картельные договоры, за исключением отдельных отраслей (прежде всего аграрного сектора), запрещены и установлен разрешительный порядок их деятельности при наличии особых условий. Как правило, законодательно запрещаются картели, сопряженные с фиксированием стоимости, делением рынка и лимитированием выпуска продукции и производственных мощностей, т.е. те согласованные меры, которые направлены на искажение или ограничение конкуренции.

В Западной Европе имеется право, которое разделяет аналогичные создания на две ключевые доли – «желательные» картели (дают выгоду экономике и содействуют формированию рынка) и «вредные» картели (небезопасные с целью конкурентной борьбы, те, которые могут послужить причиной к монополизации рынка. Картельные договоры не считаются чем-то необыкновенными. В Европе формально зафиксировано более сотни подобных соглашений. В десятки раз больше сделок заключается в устной форме и никак не фиксируется.

Как только дело доходит до борьбы с картелями появляется инцидент заинтересованностей – представителей власти и наиболее состоятельных людей. В такого рода условиях приходится принимать примирительные постановления. В качестве примера можно вспомнить опыт США, где группа конгрессменов неоднократно вносила на рассмотрение законопроект о полном запрете картельных соглашений между зарубежными странами. В частности, под запрет попадал бы и ОПЕК – объединение стран в сфере добычи полезных ископаемых (нефти, газа и прочих). Сначала закон был принят, но уже через некоторое время заблокирован по причине высокой вероятности вето со стороны Президента. В последующем существовали подобные попытки «проталкивания» законопроектов о запрете картельных соглашений в сфере добычи углеводородов. Однако и тут ждал провал. Что касается Российской Федерации, в таком случае тут со «скрипом» были установлены определенные поправки, повышающие штрафы за аналогичные нарушения. Что относится к наиболее значительным санкциям, то об этом речь и вовсе не ведется. В Законе компаниям запрещается пользоваться собственным превосходством на рынке, ликвидировать либо сдерживать существующую конкуренцию [9].

Желательные картели – это разновидность легального, правомерного поведения, которое в целом способствует развитию товарных рынков и обеспечивает справедливую и добросовестную конкуренцию.

Вместе с тем хозяйствующие субъекты способны договариваться между собой о таком поведении на товарном рынке, которое в конечном счете может привести к ограничению конкуренции. То есть не только одностороннее поведение доминирующего на товарном рынке хозяйствующего субъекта влечет за собой монополизацию рынка, но и соглашение хозяйствующих субъектов, если по его условиям они отказываются от конкуренции и, действуя в едином интересе, подменяют своим соглашением рынок в части определения правил обращения на нем товара и причиняют существенный вред потребителям [7, с. 77].

Картели имеют все шансы обладать как национальным характером (т.е. объединять компании одного государства), так и международным характером (объединять компании различных государств, таким образом, именуемые товарные ассоциации экспортеров и производителей сырья). Из числа общеизвестных картелей желательного вида можно выделить ОПЕК. Желательные картели по определению не могут служить общественным целям, так как оберегают только узкокорпоративный круг интересов своих соучастников. Данное общераспространенное суждение в поверку является заблуждением. В ряде случаев картельное соглашение приводит к появлению на рынке нового товара или услуги. А порой – даже к снижению цены для конечного потребителя. Разумеется, подобное бывает нечасто.

Потребность формирования желательных картелей состоит в том, что в определенных странах договора соперников с целью освоения нового рынка или совместных научно-технических исследований не только не запрещены, но и приветствуются властями. Аналогичные картели существуют и в Российской Федерации.

Циклические колебания спроса определяют в свою очередь склонность отраслей к концентрации, протекающей в различных формах – от координации цен до создания в отрасли картеля [1, с. 98; 5, с. 88]. В этой связи особую значимость принимают вопросы антимонопольного регулирования [3,

с. 244]. Однако, если положительный эффект от создания картеля превосходит его негативные последствия, то это необходимо учитывать при реализации антимонопольной политики.

Сформировать желательный картель в автопромышленности в 2014 году хотели и московские чиновники (общеизвестно, что руководство Столицы обладает акциями ряда компаний). Задача – уменьшить первоначальная стоимость продукта и повысить её реализации согласно конкурентоспособным расценкам в тяжелый для отечественного автопрома период. В картельных грехах аналитики подозревают столичных застройщиков, по сути присоединенных с муниципалитетом, очень слаженно и постоянно они увеличивают и без того завышенные цены. Впрочем, картели, приобретшие признанную популярность, – это лишь видимая часть айсберга [8].

Особое место отводится желательным картелям, соглашениям хозяйствующих субъектов – конкурентов об осуществлении совместной деятельности. В законодательстве определены критерии допустимости таких соглашений. Желательные картели, способные привести к последствиям, указанным в ч. 1 ст. 11 Закона о защите конкуренции, могут быть признаны допустимыми, если этими соглашениями для отдельных лиц не создается возможность устранить конкуренцию на соответствующем товарном рынке, не налагаются на третьих лиц ограничения и результатом таких соглашений является или может являться в совокупности:

- Совершенствование производства, реализация товаров или стимулирование технического, экономического прогресса либо осуществление его участниками прямых инвестиций на территории РФ (в том числе введение новых производственных мощностей и модернизация действующих);

- Получение покупателями преимуществ (выгод), соразмерных преимуществ (выгодам), полученным хозяйствующими субъектами в результате действий (бездействия), соглашений и согласованных действий, сделок.

Желательным картелям являются те объединения, целью которых является проведение совместных научных исследований, направленных на разработку новых товаров или технологических процессов, а также совместное использование полученных научных или научно-технических результатов, а также денежных средств с товарного рынка [7, с. 84].

Таким образом, на основании вышеизложенного можно сделать вывод, что каждый год в мире формируются и распадаются тысячи картелей. С их помощью одни фирмы стараются изжить конкурентов, другие – взойти на новый рынок, а третьи – выйти из кризиса. При этом шансы на успех сотрудничества с конкурентами заведомо невелики.

Картель является средством уменьшения риска колебания цен, поскольку выпуск нормируется во время подъема и поддерживается за счет квот при спаде. Таким образом, механизмы интеграции и координации являются наиболее эффективными, поскольку позволяют через распределение выпуска по предприятиям отраслевой системе быть менее чувствительной к колебаниям спроса [10, с. 132].

#### Литература

1. Любященко С.Н., Мамонов В.И. Рыночная концентрация в условиях группирования предприятий и экономическая эффективность // Вестник НГУЭУ. 2013. – № 3. – С. 92–106.
2. Любященко С.Н. Оценка уровня экономической концентрации и результаты функционирования рынка // Научно-технические ведомости Санкт-Петербургского государственного политехнического университета. Экономические науки. Санкт-Петербург: СПбГПУ, 2006. – № 6. – С. 34–38.
3. Любященко С.Н. Тенденции структурной концентрации в отраслях промышленности в условиях кризиса // Наука. Промышленность. Оборона. Труды X Всероссийской научно-технической конференции / под ред. В.Е. Левина, В.И. Мишнев. 2009. – С. 244–247.
4. Lyubyschenko S.N. Globalization as a cause of transformation of the structure of Russian industry // North-East Asia Academic Forum. China, 2013. – С. 118–123.
5. Мамонов В.И., Любященко С.Н., Бородин В.А. Динамика структурной концентрации и ее влияние на показатели деятельности промышленных предприятий // Вестник НГУЭУ. 2012. – № 4. – С. 92.
6. Морган Г. Имиджи организаций: Восемь моделей организационного развития / пер. с англ. М.: Вершина, 2006. С. 137–204.
7. Хозяйственное право: Ежемесячный юридический журнал. 2014. № 8. С. 77–84.
8. Союз противников [Электронный ресурс]. URL: <http://www.kommersant.ru/doc/861757?fp> (дата обращения: 19.03.2017).
9. Торговля на фондовых рынках [Электронный ресурс]. URL: <https://utmagazine.ru; unitedtraders.com> (дата обращения: 19.03.2017).
10. Чепунова С.Н. Оценка уровня структурной концентрации и результаты функционирования рынка: дис. ... канд. экон. наук. – Новосибирск, 2004. 125 с.
11. Чепунова С.Н. Оценка уровня структурной концентрации и результаты функционирования рынка: автореф. дис. ... канд экон. наук. Новосибирск, 2004. 29 с.



## ОСОБЕННОСТИ СОВРЕМЕННОЙ ЭКОНОМИКИ ЯПОНИИ

Экономика любой страны имеет отраслевую структуру. Одни отрасли экономики могут быть более развиты, другие менее – это зависит от страны, ее климата, географического положения, обычаев и других особенностей. Однако общая структура экономической деятельности, которая превращает природные ресурсы в предметы конечного потребления, одинакова для всех экономик.

Известно, что Япония является одной из ведущих экономических держав, одной из первых по величине экономических сил в мире. Япония оказывает существенное воздействие на развитие экономики и политики всех стран мира, в особенности, азиатских.

Рассмотрим основные отрасли промышленности Японии. Имеется 3 крупных района в Японии, занимающихся производством: Токио-Йокогама, Осака-Кобе и Нагоя, на которые приходится более 50% доходов обрабатывающих отраслей [1].

Одной из главных статей экспорта государства считается автомобильная продукция. Автоомбилестроение начало быстро развиваться с 1970-х гг., когда Япония большими количествами экспортировала автомобильную продукцию в США. Однако уже после конфликта в 1974 г. между странами, Япония ввела ограничения в экспорт автомобилей из страны. По этой причине японские предприниматели стали перемещать собственное производство на территорию США. В 1989 г. специалисты фиксируют наибольший пик в производстве автомобильной продукции – за год было выпущено около 13 миллионов автомобилей, из которых 6 миллионов Япония вывозила за границу [1].

Основной отличительной чертой торговых взаимоотношений Японии является то, что государство полностью приобретает сырьевые материалы и экспортирует уже промышленные товары.

Начиная с 1980 года, Япония обладает положительным сальдо торгового баланса: импорт существенно ниже экспорта [1]. В 2011–2015 гг. Япония обладала отрицательным сальдо торгового баланса. По величине экспортной квоты она может быть отнесена к полуоткрытой экономике. За рубежом реализуется 12-18% ВВП. Ряд отраслей промышленности почти полностью работает на экспорт [2].

По экспорту и импорту Япония занимает 5 место в мире.

Таблица 1

**Внешняя торговля Японии, млрд. долларов США**

Год	Экспорт	Импорт	Товарооборот	Сальдо	Экспортная квота, %
2006	550,5	451,1	1001,6	99,4	13,5
2007	590,3	524,1	1114,4	66,2	13,7
2008	746,5	708,3	1454,8	38,2	17,2
2009	545,3	501,6	1046,9	43,7	13,3
2010	730,1	639,1	1369,2	91,0	16,9
2011	787,0	807,6	1594,6	-20,6	17,9
2012	776,6	830,1	1606,7	-53,5	16,9
2013	714,9	832,6	1547,5	-117,7	15,1
2014	699,5	798,6	1498,1	-99,1	14,3
2015	622,0	627,3	1249,3	-5,3	12,7
2016	641,4	629,8	1271,2	11,6	13,0

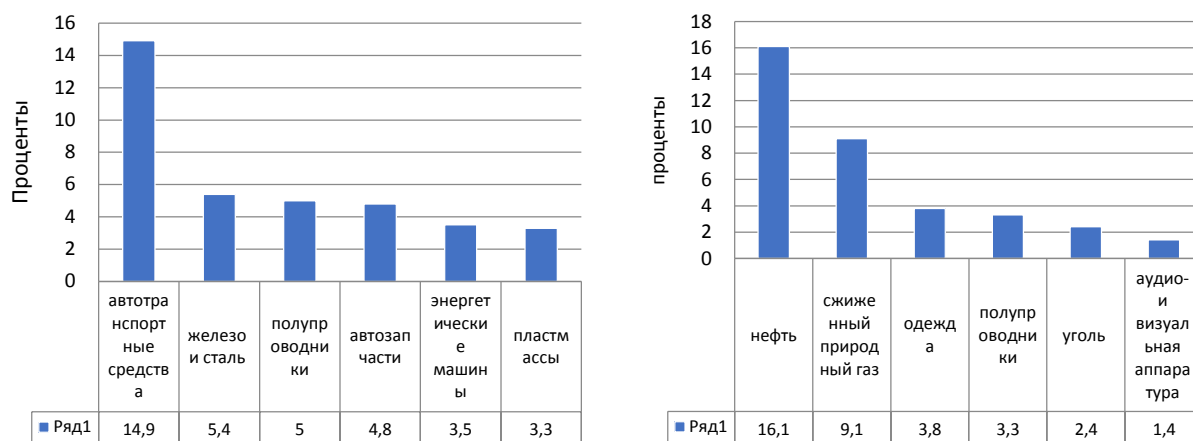


Рис. 1. Экспортные и импортные товары Японии в 2014 г. (в %)

Социальная структура Японии характеризуется дуализмом современной промышленности. Малые и средние компании занимают основное место в обрабатывающей промышленности. При этом их доля не выражает тенденции к сокращению. Именно на фоне массы таких компаний стремительно формировались значительные концентрации денежных средств в отраслях тяжелой промышленности. Это и привело к формированию гигантских объединений.

Японскую социально-экономическую модель называют весьма специфической, так как она сочетает не только экономические и политические методы, но и психологические. При рассмотрении модели необходимо сказать о факторах, которые легли в основу формирования этой модели: высококвалифицированные трудовые ресурсы и отставание уровня жизни населения (в том числе степени заработной платы). Менеджмент Японии основывается на отождествлении работника с целой корпорацией, здесь не принято часто менять работу. Подобная модель возможна только лишь при исключительно значительном формировании государственного самосознания, приоритете заинтересованностей нации над интересами определенного лица, готовности населения идти в конкретные материальные жертвы ради процветания государства.

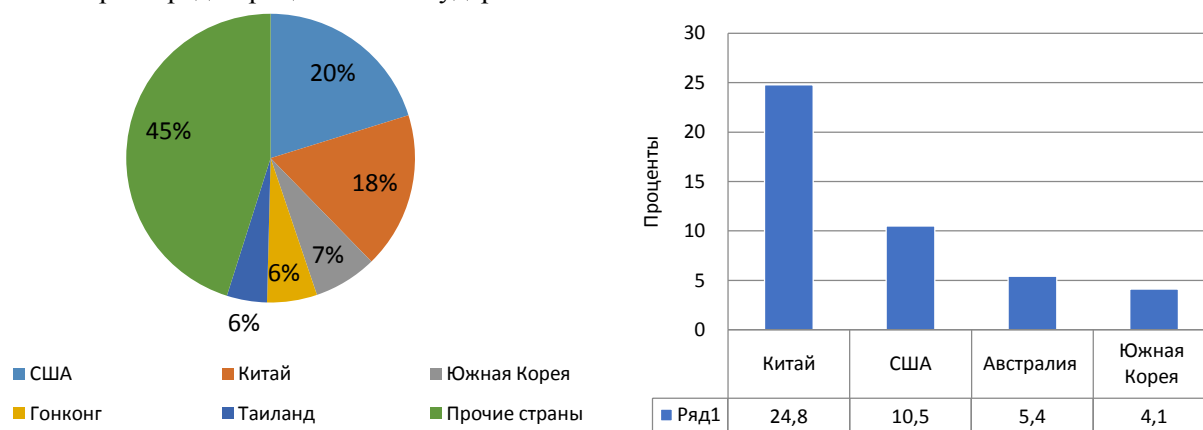


Рис. 2. Главные партнеры по экспорту и импорту в 2015 г. (в %)

После поражения Японии во Второй мировой войне страна восстанавливается и становится экономической державой и союзником США. Особенностью развития Японии является то, что японская промышленность резко сократила долю производимой продукции, приходящейся на военные нужды. В связи с чем она начала усиленно развивать товары народного потребления, основной упор стал делаться на бытовую электронику, что и обусловило в дальнейшем большой отрыв Японии в данной области. После Второй мировой войны в японской экономике были две примечательные особенности: во-первых, тесное переплетение структур производителями, поставщиками и дистрибьюторами, известные как кейрецу (keiretsu), и, во-вторых, гарантия пожизненной занятости для значительной части городской рабочей силы [3]. Сейчас обе функции размыты под давлением глобальной конкуренции и внутренних демографических изменений.

После 30 лет беспрецедентного роста, экономика Японии переживает серьезный спад начиная с 1990-х годов, но страна по-прежнему является крупной экономической державой. В марте 2011 года

произошло сильнейшее в истории Японии землетрясение магнитудой 9,0 и последовавшего за ним цунами, опустошившее северо-восточную часть острова Хонсю, когда погибли тысячи человек и пострадали несколько АЭС. Это привело к катастрофе экономики страны и ее энергетической инфраструктуры, одновременно была проверена ее способность справляться с гуманитарными катастрофами.

Бедная по запасам многих природных ресурсов, Япония уже давно зависит от импорта сырья. Полное остановка ядерных реакторов в Японии после землетрясения и цунами в 2011 году привели к тому, что промышленный сектор Японии стала еще более зависимыми, чем раньше от импортируемого ископаемого топлива. Небольшой аграрный сектор является высоко дотационным и защищенным, поскольку урожайность зерновых одна из самых высоких в мире. При самодостаточности в производстве риса, Япония импортирует около 60% продовольствия.

За последние 70 лет, сотрудничество между правительствами и промышленностью, сильной нравственной работы, освоение высоких технологий, и сравнительно небольшую защиту распределения (1% ВВП) помогли Японии развивать передовые экономики. На протяжении трех десятилетий, в целом реальный экономический рост был впечатляющим – в среднем на 10% в 1960-е годы, 5% в 1970-х годах и 4% в 1980-х годах. Рост заметно замедлился в 1990-х годах, составляя в среднем только 1,7%, во многом из-за последствия неэффективных инвестиций и ценового пузыря актива в конце 1980-х, после которых потребовалось значительное время для фирм, чтобы уменьшить превышение задолженность, капитал и труд. Скрамный экономический рост продолжился после 2000 года, но экономика упала в рецессию в четыре раза с 2008 года [1]. По ВВП на душу населения (ППС) страна занимает в мире 41 место.

Расходы государственные меры помогли экономике восстанавливаться в конце 2009 и 2010 годах, но в 2011 году экономика сократилась в результате мощного землетрясения, когда сорван экономической деятельности. Экономика страны в значительной степени восстановлены за пять лет с момента катастрофы, хотя выход в пострадавших районах по-прежнему отстают от среднеяпонских.

Премьер-министр Японии Синдзо Абэ был избран на должность премьер-министра в декабре 2012 года и сразу же приступил к реализации амбициозных экономических реформ в сфере безопасности чтобы улучшить экономику Японии и укрепить международного статуса страны.

В Японии существует резкий всплеск роста в 2013 году на базе премьер-министра Синдзо Абэ «три стрелы» («Three Arrows») программа активизации экономики – окрестили «Абэномикой» («Abenomics») денежного смягчения «гибкий» фискальная политика и структурные реформы. В 2015 году Абэ пересмотрел свои «три стрелы», чтобы поднять номинальный ВВП на 20% до 600 трлн иен к 2020 году остановить спад населения за счет повышения рождаемости, и оказывать более широкую поддержку работников, имеющих детей и престарелых родственников.

Чтобы повысить государственные доходы, в Японии принят закон в 2012 году о поэтапном повышении налога на потребление до 10% к 2015 году, начиная с похода с 5% до 8%, реализованных в апреле 2014 года.

Чтобы рост имел последствия политики на ВВП, однако, что премьер-министр С. Абэ в конце 2014 года решил отложить окончательный этап увеличения до апреля 2017 года, чтобы дать экономике больше времени для восстановления. Во главе с банком агрессивного монетарного смягчения в Японии, Япония делает успехи в борьбе с дефляцией, но демографический спад – это низкая рождаемость и старение, сокращение населения – представляет собой серьезную долгосрочную проблему для экономики.

Правительство С. Абэ заменило плана предыдущей администрации по поэтапному отказу от ядерной энергетики с новой политики, направленной на перезапуск атомных электростанций, которые соответствуют новым строгим стандартам безопасности, и подчеркивая важность ядерной энергетики как базового источника электроэнергии.

Япония успешно перезапустило два ядерных реактора на АЭС Сендай в префектуре Кагосима. В октябре 2015 года в Японии и 11 торговыми партнерами достигнуто соглашение о Транс-Тихоокеанском партнерстве, что обещает открыть экономику Японии к усилению иностранной конкуренции и создать новые экспортные возможности для японского бизнеса. Но после победы на выборах в США Дональда Трампа соглашение о Транс-Тихоокеанском партнерстве скорее всего так и останется мечтой.

Таблица 2

**ВВП (по ППС) Японии**

Год	Общий объем ВВП, млрд долл.	Темп прироста ВВП, %	ВВП на душу населения, долл.	Государственный долг, % от ВВП	Уровень безработицы, % от ЭАН
2006	4079,5	2,0	31 996	191,3	4,1
2007	4297,1	5,3	33 729	187,7	3,8
2008	4341,2	1,0	34 102	195,0	4,0
2009	4111,4	-5,3	32 348	216,3	5,1
2010	4323,5	5,2	34 097	199,7	5,0
2011	4389	1,5	34 696	205,5	4,6
2012	4525	3,1	35 518	219,1	4,4
2013	4729	4,5	37 148	227,2	4,0
2014	4881	3,2	38 403	226,0	3,6
2015	4907	0,5	38 668	230,0	3,3
2016	4932	0,5	38 926	234,7	3,2

ВВП по паритету покупательной способности (ППС) Японии в 2015 году был как четвертая по величине экономика в мире, уступая первое место Китаю, который превзошел Японию в 2001 году, и третье место в Индии, который вытеснил Японию в 2012 году. Стремясь стимулировать и реформировать экономику, правительство должно также разработать стратегию обуздать огромный государственный долг Японии, который составляет более 230% ВВП (первое место в мире).

**Литература**

1. Булатов А.С. Мировая экономика: Учебник. – М.: Юрист, 2015.
2. Япония сегодня. 2015. URL: [www.japantoday.ru](http://www.japantoday.ru) (дата обращения: 7.02.2017).
3. Авербах Ю.Л., Городницкий А.М. Мировая экономика. 2010. URL: <http://literus.narod.ru/Bussines/MirEcon/4-g5-1.htm> (дата обращения: 7.02.2017).
4. Промышленность. URL: <http://kursak.net/15-promyshlennost>

**УДК 338.246.025.2****А.А. Ратова, студент**

*Научный руководитель: Е.А. Бритикова, канд. социол. наук, ст. преподаватель  
г. Краснодар, Кубанский государственный аграрный университет им. И.Т. Трубилина*

## **ГОСУДАРСТВЕННОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В РОССИИ**

Развитие мировой экономики характеризуется все ускоряющимся процессом глобализации, где важнейшую роль играет инновационная инфраструктура государств [1, с. 5–7]. Поэтому, важное значение приобретает эффективная государственная политика, стимулирующая функционирование институтов инновационного развития [2, с. 85–90].

Государственное регулирование инновационных процессов является необходимым условием перехода государства к экономике «нового» типа.

Исследованы основные положения реализации государственной инновационной политики. Модель данной политики включает в себя научную, технологическую и кластерную политики. Разработана технология реализации сбалансированного комплекса мер в рамках этих «политик», а так же вопрос государственного регулирования инновационного развития в зависимости от стоящих перед государством социально-экономических задач.

Основные направления деятельности государства в условиях перехода к инновационному развитию следующие:

- рационализация условий хозяйствования;
- стимулирование конкуренции;
- формирование структуры инновационного взаимодействия;
- совершенствование финансирования научной сферы;
- повышение общественного статуса инновационной деятельности;
- государственное регулирование инновационных процессов.

Необходимой прерогативой государства должно стать правовое регулирование инновационной деятельности. Именно поэтому следует законодательно закрепить научную и инновационную деятельность, права на объекты интеллектуальной собственности, права инноваторов, научных работников, механизм выработки и реализации инновационной политики. Именно поэтому в России приняли целый ряд законодательных актов, которые определяют основные направления инновационной политики. Основным документом является «Стратегия инновационного развития Российской Федерации на период до 2020 года» и «Прогноз научно-технологического развития Российской Федерации на период до 2030 года», в которых определены перспективные направления развития, законодательное и ресурсное обеспечение и механизмы, призванные обеспечить создание организационных и экономических условий для формирования и развития национальной инновационной системы и всех ее составляющих.

Инновационная политика включает определение таких ее важнейших элементов, как цели, задачи, основные направления и механизм реализации (рис. 1).



**Рис. 1. Структурная схема формирования инновационной политики**

Государственная Дума РФ и Совет Федерации РФ – законодательные органы РФ, имеют право принимать законы, касающиеся вопросов инновационной политики, интеллектуальной собственности и другим.

Понятие «инновация» широко внедряется во все сферы современной жизни, и под ним принято считать нововведение, новшество, новацию, конечный результат. Таким образом, инновация – это изменения, приносящие дополнительную ценность, чаще всего экономическую, меняющие процесс в новый технологический уклад, и влияющие на конкурентные преимущества.

Инновационная стратегия:

- формируется на основе долгосрочных концепций социально-экономического развития страны;
- предполагает определение основных направлений государственного регулирования инновационной деятельности;
- установление главных целей инновационного развития в соответствии с социально-экономическими целями;
- принятие методов развития и использования научного потенциала.

Стратегия отличается от других средств своей новизной. Она может включать в себя программы инновационного развития, которые представляют из себя меры, способствующие комплексному освоению, внедрению и распространению инноваций, интенсификации процесса регионального инновационного развития, инновационные проекты, дающие развитие приоритетных задач в направлении конкретных синхронизированных целей, постановки конкретных сроков, определение конкретных исполнителей проекта.

Управление инновационной деятельностью определяется как целенаправленная деятельность органов государственной власти по решению общественных проблем, достижению и реализации общезначимых целей развития общества или его отдельных сфер.

Важнейшей составной частью государственной политики является государственная экономическая политика, определяемая как совокупность мер, направленных на упорядочение, корректировку и поддержание социально-экономических процессов развития общества, обеспечивающих экономический рост и необходимый уровень благосостояния населения. Она складывается из структурной, инвестиционной, инновационной, ценовой, финансово-кредитной, внешнеэкономической, социальной политики, а также политики в области труда и занятости. Инновационная политика, являясь составной частью социально-экономической политики, представляет собой комплекс организационно-управленческих отношений, связанных с развитием инновационной деятельности, и реализует мероприятия в области науки для достижения поставленных целей и задач.

Основными задачами инновационной политики являются:

- определение и реализация приоритетов инновационного развития;
- преобразование экономики с учетом внедрения фундаментальных разработок в науке, инновационных структурных и инфраструктурных разработок;

– поддержка новой или существенно отличающейся от аналогичной ранее производимой продукции, продвижение на региональном уровне, возможность экспорта данных видов продукции на внешние рынки;

– обеспечение эффективного взаимодействия науки, образования, производства и инвестиционной сферы для развития инновационной деятельности.

Для реализации основных положений государственной инновационной политики необходимы фонды, которые оказывают существенную поддержку инновационным процессам – параллельным или последовательным действиям, осуществляющим научно-исследовательские или научно-технические разработки, включая инновационную сферу, производственную деятельность и маркетинг.

К настоящему времени разработаны и реализуются государственные программы по развитию инновационной деятельности, включающие в себя целеполагание и постановку задач. Определен и нормативный круг вопросов, требующих внедрения.

В настоящее время эффективность инновационной деятельности зависит от того, отлажена ли система инвестирования, кредитования, налогообложения. Происходит возрастание роли государства в развитии инновационной сферы.

Что же мешает развитию инновационной деятельности в России?

Во-первых, в настоящий момент не многие российские предприятия могут позволить себе финансирование долговременных и рискованных проектов, занятие перспективными исследованиями для них становится практически невозможным. Так как инновации начинаются с ограниченности финансовых ресурсов, исключительное значение для становления самофинансирования инновационной деятельности предприятий имеет льготное налогообложение. Налоговая политика должна быть такой, чтобы ее основной функцией стало стимулирование инновационной деятельности. России необходимо расширение налоговой базы сферы инноваций.

Во-вторых, перестройка экономики страны на рыночных основах требует высокой инновационной активности на базе собственного инновационного потенциала.

В-третьих, для плодотворного внедрения новшеств, предприятиям необходимо достаточно тесно сотрудничать с учеными, преподавателями, инженерами. Это бы позволило сориентировать интеллектуальный потенциал на достижение коммерческих и экономических целей. К сожалению, отечественные предприятия не осуществляют на должном уровне поиск такого сотрудничества.

В-четвертых, говоря о российской действительности, важно отметить, что высокая монополизация российской экономики мешает активному внедрению инноваций. На сегодняшний день стимулы, идущие от государства, противоречивы: с одной стороны, государство помогает новаторам деньгами, а с другой – при высокой монополизации экономики конкурентоспособными оказываются не те, кто лучше, а те, кто ближе к власти. Такая обстановка подавляет и тормозит развитие инновационной активности.

В-пятых, наличие социально-психологических факторов, которые имеют влияние на развитие инновационной активности предприятия.

В современной экономике роль инноваций значительно возросла. Без применения инноваций практически невозможно создать конкурентоспособную продукцию, имеющую высокую степень наукоемкости и новизны. В рыночной экономике инновации представляют собой эффективное средство конкурентной борьбы, так как ведут к созданию новых потребностей, к снижению себестоимости продукции, к притоку инвестиций, к повышению имиджа (рейтинга) производителя новых продуктов, к открытию и захвату новых рынков, в том числе и внешних.

В большинстве развитых стран регулирование и стимулирование инновационной деятельности происходит в основном через национальные исследовательские программы и различные уровни государственного участия. Государственная политика России должна быть направлена на устранение административно-командных подходов к инновационной деятельности и управлению ею; создание эффективных социально-экономических мотивов, побуждающих субъектов к разработке новшеств; на демополизацию экономики; расширение кредитных, налоговых и ценовых льгот.

Таким образом, можно сделать вывод, что под инновационной политикой необходимо рассматривать совокупность осуществляемых органами государственной власти социальных, экономических, информационных, образовательных, организационных и иных мер по развитию инновационной деятельности на основе реализации стратегических инициатив, подкрепленных нормативно-правовой базой. Инновационная деятельность занимает достаточно значимое место в функционировании современного государства. Важно понимать, что к внедрению инноваций необходимо тщательно гото-

виться. Взвешенное и экономически обоснованное решение, несомненно, принесет пользу государству и окажет позитивное влияние на его дальнейшее развитие.

#### Литература

1. Цитленок В.С., Сизое В.В. Экономический прогресс как мера реализации творческого потенциала геопланетарного работника // Вестник Томского государственного педагогического университета. 2015. № 5.
2. Шапиро Н.А. Территория России как рыночное пространство (или идеальная модель рынка для политики модернизации) // Философия хозяйства. 2011. № 1. С. 85–90.

УДК 331.103.32

**Д.А. Рахимова, студент**

*Научный руководитель: И.А. Волкова, д-р экон. наук, профессор  
г. Нижневартовск, Нижневартовский государственный университет*

## ОСОБЕННОСТИ ПЛАНИРОВАНИЯ КАРЬЕРЫ В АДМИНИСТРАЦИИ ГОРОДА НИЖНЕВАРТОВСКА

Как известно, эффективное функционирование всей организации во многом зависит от состава персонала, его профессиональных навыков, реальных и потенциальных возможностей сотрудника, а также опыта работы.

Данные элементы играют важную роль также и в муниципальной службе.

Правильно выстроенный и заранее спланированный карьерный путь помогает служащему найти место в структуре муниципальной службы, полностью раскрыть свой личностный, деловой и профессиональный потенциал [3].

«Муниципальная служба (согласно ФЗ № 58 «О муниципальной службе в Российской Федерации») – профессиональная деятельность граждан, которая осуществляется на постоянной основе на должностях муниципальной службы, замещаемых путем заключения трудового договора (контракта)» [1].

В качестве основных принципов муниципальной службы выступают:

- приоритетная роль прав и свобод человека;
- доступ граждан к муниципальной службе (равные условия поступления и прохождения в независимости от места жительства, гендерного признака, убеждений и т.д.);
- компетентность и профессионализм муниципальных служащих;
- взаимодействие с общественными организациями;
- доступность информации о работе муниципальных органов и служащих;
- единство требований к муниципальной службе.

Правовое регулирование данной службы охватывает важные стороны кадровой политики муниципального учреждения. Нормативно-правовую базу процесса управления карьерой муниципальных служащих составляет система юридических правил, норм права, регламентов, стандартов по регулированию деятельности муниципальных служащих [2].

Содействие профессиональному росту является приоритетным направлением регулирования кадрового состава муниципальной службы. Данным образом формируется как управленческий состав, так и состав специалистов различных структурных подразделений, происходит разработка карьерной стратегии, стабилизируется текучесть кадров и повышается результативность работы сотрудников.

«Карьера муниципальных служащих – это продвижение по должностям муниципальной службы в пределах текущей группы должностей муниципальной службы или вышестоящей группы должностей муниципальной службы» [1].

Принято выделять три фазы карьеры муниципальных (государственных) служащих:

- до 35 лет (фаза прихода в орган муниципальной власти);
- от 35 до 55 лет (фаза восхождения, которая связана с переходом на более высокую должностную позицию в рамках организационной структуры);
- от 55 до 65 лет (фаза выравнивания карьеры, происходят различного рода перемещения, включение муниципального служащего в состав комиссий и советов).

### *Система планирования карьеры в Администрации города Нижневартовска*

Основу планирования карьеры муниципальных служащих составляет Федеральный закон от 02.03.2007г. № 25-ФЗ «О муниципальной службе в Российской Федерации», Устав города Нижневартовска, иные правовые акты Российской Федерации и Ханты-Мансийского автономного округа-Югры [1].

Как известно, планирование карьеры представляет собой процесс сопоставления способностей, возможностей муниципального служащего с требованиями, задачами и направлениями работ органов местного самоуправления.

Процесс планирования карьеры муниципальных служащих не создает вакантные места и не гарантирует продвижение по службе или получение высокого чина. Он способствует развитию профессиональных навыков и повышению квалификации служащих, повышает значимость работы муниципального служащего для администрации города. Основная ответственность за развитие карьеры лежит на самом сотруднике (муниципальном служащем). Разработка программ по развитию карьерного процесса осуществляется также по инициативе служащего, в некоторых случаях по инициативе кадровой службы [6].

Основными этапами планирования карьеры муниципальных служащих является оценка их потенциала, формирование карьерной стратегии и утверждение данной стратегии (рис. 1).



**Рис. 1. Планирование карьеры муниципальных служащих**



Специалисты муниципальной службы и кадров проводят непосредственную консультацию с муниципальным служащим, занимаются методическим обеспечением подготовки карьерной стратегии. В свою очередь, муниципальный служащий должен четко определить цели, выбрать методы реализации и достижения профессионального роста, сопоставить свои возможности с требованиями к интересующей должности.

В процессе деятельности управления муниципальной службы и кадров используются организационно-регламентирующие документы отдельных процедур по управлению персоналом администрации города. Одним из таких документов является оперограмма, которая представляет собой последовательность выполнения заданных операций по определенной процедуре с перечнем исполнителей и времени выполнения данных операций (табл. 1).



Таблица 1

**Оперограмма процесса планирования карьеры муниципальных служащих**

Наименование операций	Исполнители		
	Руководитель управления муниципальной службы и кадров	Заместитель руководителя	Специалисты управления муниципальной службы и кадров
1. Назначение ответственного лица за процесс планирования карьеры			
2. Составление плана рабочих мест и возможных вакансий на ближайшие 3-5 лет			
3. Составление списка муниципальных служащих, в отношении которых будет произведена разработка карьерной стратегии			
4. Подготовка предложения о замещении планируемых рабочих мест			
5. Консультация служащих по вопросам карьерной стратегии			
6. Методическое и организационное сопровождение процесса разработки карьерной стратегии			
7. Подготовка к утверждению карьерной стратегии, утверждение			
8. Приобщение к личному делу сотрудника разработанной стратегии			
9. Контроль за реализацией карьерной стратегии, своевременная корректировка			

Основными недостатками представленной оперограммы являются:

- состав исполнителей (т.е. муниципальные служащие не задействованы в планировании карьеры);
- отсутствует непосредственный процесс рассмотрения и анализа разработанной карьерной стратегии;
- отсутствие процесса сбора информации о муниципальных служащих, в отношении которых разрабатывается программа карьерного роста;
- отсутствует этап ознакомления и согласования с муниципальными служащими разработанной программы.

Карьерная стратегия отражается в документах и содержит общие сведения о сотруднике, потенциальную схему его продвижения и комплекс мероприятий для достижения планируемой должности. Схема продвижения может осуществляться как по вертикали (карьерный рост в рамках должностей организационной структуры), так и по горизонтали (ротация).

Кроме схем продвижения, управление муниципальной службы и кадров разрабатывает определенные мероприятия по профессиональному развитию муниципальных служащих. Самостоятельная подготовка служащих также может входить в состав данных мероприятий. В качестве примера мероприятий по профессиональному росту можно выделить повышение уровня квалификации, подготовка или переподготовка, стажировка и т.д. Они являются необходимым элементом для замещения должности муниципальной службы. Направления развития муниципального служащего могут касаться различных правовых, финансовых, экономических и других сфер.

Таким образом, несмотря на то, что карьера муниципальных служащих строится на основе федеральных законов о муниципальной службе, устава города и иных правовых актов, она также имеет свои особенности.

Специалисты муниципальной службы и кадров при разработке стратегии карьерного роста учитывают цели и задачи администрации города, компетентность служащих и их содействие в подготовке и повышении квалификации, в выборе методов реализации и путей достижения профессионального роста.

Стоит отметить, что система планирования карьеры строится на базе общих сведений о муниципальных служащих и содержит в себе схему горизонтального и вертикального продвижения, а также комплекс мероприятий, необходимый для реализации разработанных вариантов продвижения.

#### Литература

1. Федеральный закон от 02.03.2007 г. № 25-ФЗ (ред. от 30.06.2016) «О муниципальной службе в Российской Федерации».
2. Авдеев А.А. Управление персоналом: технология формирования команды: учеб. пособие / А.А. Авдеев. – М.: Финансы и статистика, 2003.
3. Веснин В.Р. Управление персоналом. Теория и практика: учебник / В.Р. Веснин. – М.: Проспект, 2011.
4. Кибанов А.Я. Служба управления персоналом: учебное пособие / А.Я. Кибанов, В.Г. Коновалова, М.В. Ушакова; под ред. А.Я. Кибанова. – М.: КНОРУС, 2010.
5. Лукашевич В.В. Основы управления персоналом: учебное пособие / В.В. Лукашевич. – 3-е изд., перераб. и доп. – М.: КНОРУС, 2012.
6. Музыченко В.В. Управление персоналом. Лекции: учеб. для студ. высш. учеб. заведений / В.В. Музыченко. – 2-е изд., стер. – М.: Издательский центр «Академия», 2006.
7. Федорова Н.В. Управление персоналом организации: учебник / Н.В. Федорова, О.Ю. Минченкова. – М.: КНОРУС, 2011.

УДК 353

*Д.А. Резниченко, студент*

*Научный руководитель: М.В. Зайцева, ст. преподаватель  
г. Краснодар, Кубанский государственный аграрный университет им. И.Т. Трубилина*

### **ПРАКТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ РАБОТЫ С ОБРАЩЕНИЯМИ ГРАЖДАН В ЗАКОНОДАТЕЛЬНОМ СОБРАНИИ КРАСНОДАРСКОГО КРАЯ**

Законодательное Собрание Краснодарского края является постоянно действующим представительным и законодательным органом государственной власти Краснодарского края – равноправного субъекта Российской Федерации [1]. На основании полномочий, предоставленных Конституцией Российской Федерации, Законодательное Собрание осуществляет:

- а) правовое (законодательное) регулирование по предметам ведения края, а также по предметам совместного ведения Российской Федерации и Краснодарского края;
- б) контроль за соблюдением и исполнением принятых им законов и иных нормативных правовых актов Краснодарского края;
- в) взаимодействие с органами местного самоуправления в Краснодарском крае;
- г) привлечение населения, общественных объединений к управлению краем.

Деятельность по работе с обращениями граждан в Законодательном Собрании осуществляет отдел по работе с наказами, письмами и обращениями граждан.

Основная цель деятельности отдела – обеспечение реализации конституционного права граждан обращаться в государственные органы Законодательного Собрания Краснодарского края.

В функциональные обязанности отдела входят:

- 1) Регистрация и сканирование письменных обращений граждан, поступивших в Законодательное Собрание Краснодарского края и передача их адресатам;
- 2) Подготовка проектов поручений Председателя законодательного Собрания Краснодарского края по рассмотрению обращений граждан.
- 3) Оформление дел письменных обращений и подготовка их для передачи в архив;
- 4) Предоставление гражданам устных разъяснений, рекомендаций и квалифицированных ответов по интересующим их вопросам;
- 5) Организация работы по личному приему граждан в комитетах Законодательного Собрания Краснодарского края:
  - составление графиков приема граждан;
  - предварительная запись на прием;
  - заполнение карточек личного приема;
  - сопровождение граждан по зданию во время приема;
  - учет граждан принятых на приеме.

6) Подготовка ежемесячных сводок об исполнении обращении граждан в адрес Законодательного Собрания Краснодарского края;

7) Подготовка ежеквартально информации о работе депутатов Законодательного Собрания Краснодарского края с обращениями граждан;

8) Подготовка еженедельно информации о сроках рассмотрения обращений граждан в комитетах Законодательного Собрания Краснодарского края;

9) Прием писем обращений у граждан, обратившихся лично в бюро пропусков Законодательного Собрания Краснодарского края.

Федеральный закон от 2 мая 2006 года № 59-ФЗ «О порядке рассмотрения обращений граждан Российской Федерации» (далее – Федеральный закон № 59-ФЗ) приводит определение обращения граждан. «Обращение гражданина – это направленные в государственный орган, орган местного самоуправления или должностному лицу в письменной форме или в форме электронного документа предложение, заявление или жалоба, а также устное обращение гражданина в государственный орган, орган местного самоуправления» [2].

Рассмотрим поэтапно организацию делопроизводства по работе с письменными обращениями граждан. Основные этапы работы с письменными обращениями включают в себя:

- 1) Получение письменных обращений;
- 2) Регистрация письменных обращений граждан;
- 3) Передача письменных обращений граждан исполнителю;
- 4) Рассмотрение письменных обращений граждан;
- 5) Формирование дел письменных обращений граждан и подготовка их для передачи в архив.

Получение письменных обращений граждан. Письма, поступившие в Законодательное Собрание Краснодарского края, подлежат регистрации в отделе по работе с наказами, письмами и обращениями избирателей информационно-аналитического управления. Эти письма могут быть приняты как в отделе, так и в приемных председателей комитетов.

Письменные обращения, полученные отделом:

- телеграмма;
- письмо простое;
- письмо заказное;
- письмо, лично сданное заявителем;
- письмо, лично сданное другим лицом;
- письма, полученные депутатом на приеме по личным вопросам граждан, проходящем по графику;

- письма, полученные депутатом на приеме граждан, проходящем по не графику.

Регистрация письменных обращений граждан. Все письменные обращения граждан, поступившие в Законодательное Собрание Краснодарского края, подлежат регистрации в отделе по работе с наказами, письмами и обращениями граждан.

Ни одно обращение нельзя принимать к исполнению или давать на него ответ заявителю без регистрации.

Регистрация письменных обращений граждан в отделе ведется с исполнением компьютерной техники. Установлена программа «Учет писем и обращений граждан». Эта программа установлена на компьютерах во всех приемных комитетов и управлений, что позволяет иметь полную информацию о письменных обращениях граждан, находящихся на исполнении в подразделении. Ежемесячно в комитеты и управления отделом направляется информация о сроках рассмотрения обращений граждан, находящихся в подразделении на контроле.

Конверты вместе с письменными обращениями сохраняются для возможной установки адреса отправителя или для определения времени опрвления и получения обращения.

Регистрационный номер письменного обращения указывается на штампе управления и представляет собой порядковый номер с начала текущего года.

К каждому письму печатается две регистрационно-контрольные карточки.

Письма, поступившие в ЗСК можно разделить на три вида:

- 1) Письма на имя председателя ЗСК В.А. Бекетова;
- 2) В комитеты ЗСК;
- 3) Письма депутатам ЗСК из их избирательных округов.

В отделе проводится полный цикл делопроизводства, связанный с работой с письмами, поступившими на имя председателя Законодательного Собрания Краснодарского края – Владимира Анатольевича Бекетова. На письма в адрес председателя ЗСК отделом готовится проект резолюции (по-

ручения). Основной речевой формулой для выражения собственно решения или поручения руководителя является формула «Кому – что сделать – Кто дает поручение». Фамилии исполнителей указываются в дательном падеже.

Письменные обращения граждан, полученные из избирательного округа депутата, передаются ему без регистрации в отделе. Эти обращения считаются депутатской почтой и регистрируются у депутата. Запросы и ответы на эти обращения даются на бланке депутата.

Передача письменных обращений граждан исполнителю. Зарегистрированное письмо с двумя контрольно – регистрационными карточками направляется в комитет или в управление Законодательного Собрания Краснодарского края. За получение письма в первой карточке лицо, отвечающее за работу с письмами обращениями граждан в комитет или в управлении Законодательного Собрания Краснодарского края, пишет свою фамилию и дату получения. Эта карточка возвращается в отдел. Вторая карточка хранится у лица, отвечающего за работу с письменными обращениями граждан в комитете или в управлении Законодательного Собрания Краснодарского края.

Рассмотрение письменных обращений граждан. Срок рассмотрения обращения составляет 30 дней. Этот срок исчисляется с момента регистрации письма в отделе. Обращения граждан рассматриваются в комитетах и управлениях ЗСК и на них даются мотивированные ответы.

Формирование дел письменных обращений граждан. Делопроизводство по письменному обращению считается законченным только после уведомления заявителя о результатах рассмотрения его обращения и принятия руководителем, ответственным за контроль, решения о направлении данного обращения «в дело».

Письменные обращения граждан после их разрешения со всеми относящимися к ним материалами должны быть возвращены в отдел по работе с наказами, письмами и обращениями избирателей для формирования дел.

Делопроизводство по письменному обращению считается законченным у исполнителя после внесения отметок в контрольно–регистрационную карточку и передачи в отдел письменного обращения гражданина и всех материалов.

В случае необходимости дела могут выдаваться для служебного пользования под роспись.

Дело письменного обращения хранится в отделе 5 лет.

Прием граждан по личным вопросам в комитетах Законодательного Собрания Краснодарского края. Прием граждан в комитетах ЗСК проходит в соответствии с графиком один раз в месяц. График приема граждан размещается в бюро пропусков ЗСК и на официальном сайте ЗСК в сети Интернет. В отделе по работе с наказами, письмами и обращениями граждан ведется предварительная запись граждан на прием в журнале учета граждан по личным вопросам. Граждане сообщают сотрудникам отдела тему обращения, а сотрудники записывают их в комитеты ЗСК согласно компетенции. На каждого гражданина, записавшегося на прием, оформляется контрольно – регистрационная карточка личного приема.

В отделе за день очередного приема по личным вопросам в комитетах ЗСК оформляются списки граждан на прием. Один список передается в бюро пропусков, второй список вместе с карточками передаются в комитет, проводящий прием граждан. Сотрудники отдела в день приема встречают у входа ЗСК граждан, пришедших на прием, и сопровождают их в приемную комитета. После приема сотрудники сопровождают граждан к выходу здания ЗСК. После возвращения в отдел карточек с приема граждан, сотрудники отдела делают отметку об итогах приема в журнале учета граждан по личным вопросам.

На официальном сайте Законодательное Собрание Краснодарского края в сети Интернет ([www.kubzsk](http://www.kubzsk)) функционирует раздел «Обращение граждан».

В нем созданы подразделы:

- 1) Как обратиться в Законодательное Собрание Краснодарского края;
- 2) График приема граждан;
- 3) Виртуальная приемная;
- 4) Обзор обращений граждан;
- 5) Информация о работе с обращениями граждан.

Таким образом, граждане могут быстро получить информацию о способах обращения в ЗСК, о днях приема, направлять обращения в ЗСК по электронной почте, получить информацию о работе с обращениями.

#### Литература

1. Закон Краснодарского края от 28 июня 1995 г. № 10-КЗ «О Законодательном Собрании Краснодарского края».

2. Федеральный закон от 2 мая 2006 года № 59-ФЗ «О порядке рассмотрения обращений граждан Российской Федерации».
3. Маслов, Б.В. Институт обращений граждан / Б.В. Маслов // Вестник Московского университета МВД России. – 2007. – № 7. – С. 13.

УДК 338.242

*Д.А. Резниченко, студент*

*Научный руководитель: Е.А. Бритикова, канд. социол. наук, ст. преподаватель  
г. Краснодар, Кубанский государственный аграрный университет им. И.Т. Трубилина*

## **ИННОВАЦИОННОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО В РОССИИ В ПЕРИОД ВВЕДЕНИЯ САНКЦИЙ**

В настоящее время российская экономика характеризуется снижением численных значений основных экономических индикаторов, имеет место стагнация. Такая ситуация характерна для большинства экономик развитых стран. Россия оказалась в более сложной ситуации потому, что ее отставание было заложено еще во времена СССР в связи с недостаточно эффективным использованием достижений научно-технического прогресса (НТП). Эти генетические тенденции во многом усилились в Российской Федерации из-за спада научной деятельности. Кроме этого добавились новые вызовы со стороны стран ЕС, США и Японии в виде различных санкций.

Анализ санкций, предъявляемых одними государствами к другим, позволяет рассмотреть различные виды экономических ограничений с точки зрения их потенциальной опасности для современной России. Для нашей страны подобная зависимость от мировой экономики может негативно отразиться в ряде важных сфер, а именно: высокие технологии самого разного назначения, продовольствие, фармацевтика и др. В торговом балансе страны главными партнерами остаются страны ЕС (42,2% импорта и 53,8% экспорта) и АТЭС (34,3% импорта и 18,9% экспорта). Крупными партнерами являются КНР и Германия. В случае экономической блокады, при которой в страну перестанут ввозиться стратегически важные ресурсы, Россия может столкнуться с острым дефицитом ряда продовольственных товаров, лекарств, комплектующих для производств и др.

Необходимо отметить, что главные резервы находятся внутри государства. Для их использования нужно развивать инновационное предпринимательство, привлекать инвестиции, создавать новые основные производственные фонды на основе передовых наукоемких технологий. Поэтому необходимо активнее применять государственно-частное партнерство.

Анализ функционирования развитых и интенсивно развивающихся государств свидетельствует о том, что важным источником роста экономики любой страны служит научно – технический прогресс, который является генератором новшеств, преобразующих целые направления науки и техники. Данный тип развития экономики получил название «инновационный» [1].

Основным недостатком процесса создания или заимствования новаций в РФ является их освоение и внедрение. Идея нововведения проходит достаточно длинный путь от ее появления до воплощения – материализации. Предпринимательство является инновационным, если позволяет получить доход в результате создания и использования нового продукта.

В основе предпринимательской деятельности лежат нововведения в области производства продукции или услуг, которые позволяют создавать новые рынки и удовлетворить потребности населения. Инновации служат важнейшим инструментом предпринимательства, именно направленный организованный поиск новшеств, постоянная нацеленность на них предпринимательских структур.

Инновационное предпринимательство представляет собой особый новаторский процесс создания чего-то нового, постоянный поиск новых возможностей, ориентация на нововведения [2]. Оно связано с тем, что предпринимателя готов брать на себя весь риск по осуществлению нового проекта и при этом улучшить существующую финансовую, моральную и социальную ответственность. Инновационное предпринимательство можно рассматривать, как экономический процесс, который направлен на создание наилучших по своим свойствам товаров, услуг, технологий и т. д.

Факторами, оказывающими влияние на развитие инновационного предпринимательства являются внутренние и внешние. К внутренним относят: состояние микроэкономики, ресурсы материальные и финансовые, кадровый потенциал, маркетинг, мезоэкономика, научный потенциал, инновационный климат и привлекательность и т.д. К внешним – рыночные условия, бюджетная и налоговая

система, экспортно – импортная политика, состояние конкурентной среды, наличие инновационной инфраструктуры и др.

Для освоения и изготовления новых видов товаров и услуг предпринимателю необходимы оборотные средства в виде материалов, которые используются в процессе создания научно-технической продукции; энергия, необходимая для обработки материалов, и другие ресурсы.

В основе всех видов инновационного предпринимательства лежит создание и освоение новых видов товаров, услуг, ценностей, вещей, благ. Главной определяющей частью такого предпринимательства является создание и производство научно-технической продукции, товаров, работ, информации, Основные элементы инновационного потенциала предпринимательской структуры представлены на рисунке 1.

Для производства научно-технических товаров и услуг предпринимателю необходимы основные средства (ОС), например, зданий, сооружений, оборудования, инструментов и т.д. Организация может приобрести или арендовать их на время у собственников основных средств. За необходимые для инновационной деятельности основные средства нужно уплатить собственникам денежную сумму (До), величина которой зависит от вида необходимых для деятельности основных средств и их стоимости. При аренде основных средств оплата будет зависеть от срока их использования.

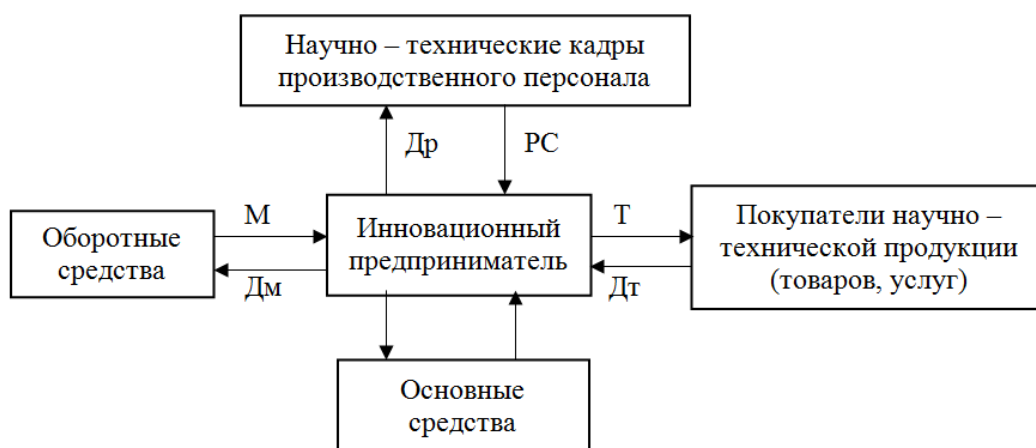


Рис. 1. Элементы инновационного потенциала предпринимательской структуры

Для осуществления инновационной деятельности предпринимателю также необходимо привлекать производственный персонал, научно-технические кадры, то есть рабочую силу (РС), затрачивая на это определенные денежные ресурсы (Др).

Результатом инновационной деятельности выступает готовая продукция (Т), которую предприятие реализует потребителю инновационной продукции по цене (Дт), включающей в себя затраты на производство и прибыль предприятия.

Инновационное предпринимательство можно рассмотреть в 2-х аспектах как экономическое явление и экономический процесс. Предпринимательство как экономическое явление представляет собой форму производственных отношений по поводу производства и реализации потребителям конечных продуктов (работ или услуг) необходимого качества и получение запланированного результата. Как экономическое явление – выражает всю систему отношений, возникших у предпринимателя во взаимоотношениях с потребителями в процессе реализации товаров (работ, услуг), с поставщиками, наемными работниками, другими хозяйствующими субъектами, а также с государственными и иными органами управления.

Предпринимательство как процесс представляет собой достаточно сложную взаимосвязанную цепочку процедур от зарождения предпринимательской идеи и до ее воплощения в конкретный проект организации, который позволяет производить необходимые потребителям продукты, выполнять работу и оказывать услуги. Данный процесс должен заканчиваться получением определенной прибыли. Предпринимательство как процесс включает определенные стадии, такие как:

- поиск новых идей и их оценка;
- управление созданным предприятием;
- составление бизнес-плана;
- поиск необходимых ресурсов.

Необходимо выделить этапы инновационного предпринимательства:

- 1) генерация инновационных идей;

- 2) отбор и оценка наиболее перспективных идей;
- 3) разработка бизнес-плана;
- 4) оценка бизнес-плана;
- 5) поиск необходимых ресурсов;
- 6) регистрация инновационного предприятия;
- 7) создание и внедрение экспериментального образца;
- 8) защита созданного интеллектуального продукта;
- 9) анализ данных продаж и соответствующие корректировки;
- 10) массовое производство нового товара; получение дохода от инновационной деятельности.

Этапы инновационного предпринимательства не всегда выполняются последовательно друг за другом. Некоторые этапы осуществляются параллельно для ускорения процесса инновационной деятельности. Идея выбирается и оценивается одновременно с разработкой бизнес-плана. Также может проводиться государственная регистрация создаваемого инновационного предприятия и подаваться заявка на получение патента. Важную роль для инновационного предпринимательства играют такие стадии, как поиск новой идеи и защита создаваемого интеллектуального продукта.

Также инновационное предпринимательство определяют как творческую деятельность, которая направлена на поиск новых сфер вложения капитала, создание новых имеющихся продуктов, производств, технологий, а также их совершенствование.

Таким образом, в период санкций, которые предъявлены России со стороны США, стран ЕС, Японии, именно инновационное предпринимательство должно быть важнейшим, приоритетным направлением экономики государства, определять перспективы будущего развития регионов и служить доминантой развития социально-экономической системы.

#### Литература

1. Инновационное развитие обрабатывающих предприятий России (теория, методология, практика): монография [Текст] / Е.В. Минаева, Т.Ф. Рябова, А.С. Чижик и др.; под ред. Т.Ф. Рябовой, А.С. Чижика. – Информационно-внедренческий центр «Маркетинг», 2012. – 456 с.
2. Друкер П. Бизнес инновации / пер. с англ. К.С. Головинского. – М.: ИД «Вильямс», 2011. – 432 с.
3. Глобальная экономика. Энциклопедия [Текст] / В.Н. Иванова, В.В. Гусев, Т.Ф. Рябова, А.И. Хорев и др.; под ред. И.М. Куликова. – М.: Финансы и статистика, 2011. – 920 с.

**УДК 336.663**

**Н.А. Синьковская, магистрант  
Д.Я. Родин, д-р экон. наук, доцент**

*г. Краснодар, Кубанский государственный аграрный университет им. И.Т. Трубилина*

## **АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ПРОДВИЖЕНИЯ КРЕДИТНЫХ ИННОВАЦИЙ НА РЫНКЕ БАНКОВСКИХ УСЛУГ**

Эволюция экономических систем в течение десятилетий XXI века свидетельствует о формировании и развитии новых тенденций, связанных с внешними шоками, высокой волатильностью на сырьевых и финансовых рынках, замедлением экономического роста, ослаблением связи реального и финансового секторов региональной экономики. В этом ракурсе проблемы монетарный регулятор избрал политику сжатия денежного предложения при достаточно высоких процентных ставках. Попытки стимулирования деловой активности промышленности оказались недостаточными. Сохраняются противоречия в межсекторальном взаимодействии отраслей, о чем свидетельствуют значения индикативных параметров в макроэкономическом и региональном разрезе. В связи с этим, возрастает потребность в поиске новой парадигмы взаимоотношений реального и финансового секторов экономической системы на основе формирования инновационной активности российских регионов и диффузии финансовых инноваций, обеспечивающих экономический рост.

Возрастание потребности реального сектора отраслевой экономики в обеспечении финансовыми продуктами и услугами со стороны инфраструктурных институтов регионального банковского рынка стимулирует развитие информационных технологий, коммуникационного пространства, значимость системообразующей роли финансового посредничества, усиление глобальной конкуренции на рынке финансовых услуг. Развитие экономической мысли в современных условиях невозможно

без эффективного взаимодействия банковских институтов и предпринимательских структур. Частные корпоративные интересы, целевые показатели, роль и поступательное развитие предприятий и домохозяйств определяются во многом особенностями институционального формирования банковской системы рыночного типа, которое, по мнению российских ученых, до конца еще не завершено. Чрезмерная концентрация банковских институтов, их филиалов в крупных городах противопоставлена нехваткой, а иногда даже полным отсутствием, точек продаж банковских продуктов и услуг во многих населенных пунктах российских регионов. Меры регулирования банковской системы и денежно-кредитной политики со стороны мегарегулятора, направленные на стабилизацию финансового состояния и институционального реформирования банковского сектора, требуют формирования универсального механизма вовлечения финансовых инвестиционных ресурсов в инновационную деятельность. Все это обуславливает необходимость научного обоснования и использования имеющегося и создания нового инструментария в целях регулирования и управления инновационной деятельностью банков.

Инновационная деятельность кредитно-финансовых институтов многогранна. Формируемые и реализуемые инновационные решения охватывают сферу управления банком, его бизнес-процессами, бизнес-подразделениями, IT-офисами. Инновационные подходы пронизывают направления оценки адекватности банковской политики и системы финансового риск-менеджмента. Объективная необходимость формирования и внедрения финансовых инноваций предусматривает реализацию эффективных механизмов поддержания рентабельности банковской деятельности и направлена на клиентские ожидания в получении качественных банковских продуктов и услуг. Развитие инновационного подхода в банковском секторе, как основополагающего элемента, позволяющего усилить его взаимодействие с реальным сектором экономики и приумножить потенциал за счет возможных комбинаций факторов производства региональной экономики, а также инструментов рынка финансовых услуг. Синергетический эффект такого взаимодействия проявляется в возможности инвестиционного финансирования инновационных проектов по ассортиментному предложению банковских продуктов и услуг [6, с. 6–67].

Современный банковский менеджмент уже имеет значительный опыт работы с новыми банковскими продуктами и технологиями. Однако существует дефицит в области научного обоснования классификации и стратегического управления финансовыми инновациями и инновационной деятельностью банковских структур. Процесс разработки инновационных финансовых продуктов и услуг включает стратегическую и оперативную маркетинговую составляющую. Постоянное использование процедуры стратегического управления кредитным процессом будет способствовать непрерывному развитию системы кредитных отношений. Совершенствование кредитной деятельности с помощью внедрения стратегий проникновения кредитных инноваций позволит банковскому институту вносить изменения в технологический уклад кредитования без дополнительных затрат и сложных процедур. Стратегия проникновения кредитных инноваций помогает банкам адаптироваться к постоянно меняющимся социально-экономическим условиям внешней среды и сохранять свою конкурентоспособность [4, с. 64–67].

В постоянно трансформирующемся процессе кредитного инжиниринга мы сформировали свою позицию к реализации стратегии проникновения кредитных инноваций на рынок финансовых услуг предприятий реального сектора отраслевой экономики. Позиция авторов основана на организационно-управленческом механизме маркетинга инноваций банковского института. В процессе реализации организационно-управленческого механизма проникновения кредитных инноваций банка нами выделена уровневая иерархическая структура.

Первый уровень предусматривает декларирование миссии стратегических ориентиров инновационной деятельности банковского института по проектированию и продвижению финансовых инноваций и корпоративной маркетинговой стратегии банка. В нем заключен вектор долгосрочного развития банковского института и его конкурентного поведения на рынке финансовых услуг. Каждое направление второго (функционального) уровня составляющей корпоративной маркетинговой стратегии представляет собой реализацию политики банковского менеджмента в соответствующей иерархической структуре управления с целью достижения индикативных параметров, характеризующих будущее позиционирование кредитного института на рынке банковских услуг.

Данный иерархический уровень представлен приоритетными направлениями маркетинговой политики проникновения кредитных инноваций на рынок банковских услуг. Среди стратегических ориентиров политики банковского института можно выделить следующие направления: продуктивное, сбытового и послепродажного обслуживания, ценообразования, рыночного позиционирования, управления внутренними бизнес-процессами.



Третий уровень управленческого механизма проникновения кредитных инноваций обычно линейно-функциональный и направлен на реализацию отраслевых и региональных программ. Его приоритетным направлением является достижение параметрических оценочных индикаторов в рамках инновационной политики банковского института.

Разработка и принятие управленческих решений сосредоточена в четвертом (результатирующем) уровне, который направлен на реализацию эффективного продвижения инновационных кредитных продуктов на рынок банковских услуг. В конечном итоге реализация целевых ориентиров маркетинговой политики способствует формированию рыночной устойчивости и реализации конкурентных преимуществ банковского института на рынке финансовых услуг. С точки зрения реализации частного корпоративного интереса банковского менеджмента продвижение кредитных инноваций способствует увеличению продуктового предложения и росту продаж новых кредитных продуктов, расширения ниши рынка, снижению процентных и комиссионных тарифов, росту рентабельности кредитного портфеля, рыночной добавленной стоимости, капитализации банковского сектора региона. Наряду с коммерческой составляющей, важен и социально-экономический эффект инновационной активности банковского института, который выражается в повышении уровня доступности инвестиционных ресурсов и новых кредитных услуг, расширении кредитного поля, степени удовлетворенности существующих и потенциальных конечных потребителей, повышении стабильности и величины экономического доверия к банковскому институту и банковской системе в целом.

Практическая реализация стратегии проникновения кредитных инноваций на рынок банковских услуг расширяет рамки формирования и развития системы клиентоориентированного обслуживания конечных потребителей, включающая ассортиментное кредитное предложение и инвестиционных услуг банковского института в соответствии со стандартами ISO 9001: 2015. Маркетинговая стратегия позволяет оптимизировать управление внутренними бизнес-процедурами структурных подразделений банка с целью быстрого и адекватного реагирования на происходящие изменения конъюнктуры рынка финансовых услуг и трансформационных процессах конкурентного поведения выделенных клиентских групп [2, с. 114].

На основании проведенных исследований банков-производителей кредитных инноваций авторы акцентируют область формирования и реализации их конкурентных преимуществ:

- персонифицированное предложение конечным потребителям финансового инструментария, схем и технологий в области оптимизации кредитного процесса и кредитных отношений;
- проникновение и продвижение на потребительском рынке инновационных кредитных технологий и информационных возможностей банковского института с целью развития технологического уклада кредитования;
- последовательная реализация сбалансированной кредитной политики в области конкурентного предложения по цене и качеству ассортимента кредитных продуктов и услуг;
- развитие института персональных менеджеров, обладающих новыми знаниями, компетенциями и необходимым уровнем полномочий при принятии управленческих решений.

Разработанная в процессе финансового инжиниринга банковского института кредитная инновация находится в определенном временном промежутке, который ограничен начальной и конечной точками ее жизненного цикла. С точки зрения маркетингового подхода выделяют следующие этапы жизненного цикла нового кредитного продукта:

- стадия проектного менеджмента, на которой осуществляется формирование и проектирование нового кредитного продукта;
- стадия проникновения финансового продукта на рынок банковских услуг, которая направлена на его позиционирование, создании благоприятного образа и привлекательности со стороны потребительской аудитории;
- на стадии насыщения рынка менеджмент осуществляет сравнительную оценку ожидаемых и фактических потребительских качеств ассортиментного предложения кредитных продуктов и услуг, выявляет степень диффузии кредитных инноваций;
- на стадии стабилизации и спада кредитной активности банковского института менеджмент выявляет уровень предельной полезности кредитных технологий и инструментов, сравнение их сервиса с продуктами-конкурентами, а также возможности их замены,

Видоизменяясь во времени, кредитная инновация проходит через ряд стадий, которые в совокупности представляют ее жизненный цикл. В период жизненной активности новый кредитный продукт реализует свои коммерческие и потребительские характеристики, приносит экономическую и социальную выгоду как банковскому институту и клиентам, составляющим его целевую аудиторию, так и обществу в целом [5, с. 20–22].

Действительно, кредитные инновации могут быть представлены в разнообразных ассортиментных формах кредитных продуктов, услуг и технологий в зависимости от уровня потребительского спроса со стороны конечных потребителей и степени социально-экономического развития общества. Они присутствуют в деятельности ведущих финансовых институтов, поскольку позволяют разрабатывать и реализовывать управленческие решения, направленные на достижения определенных конкурентных преимуществ на рынке банковских услуг [3, с. 77–78].

Из множества индикативных параметров, охватывающих всю совокупность институтов банковского сектора, наиболее интересен в практическом плане коэффициент проникновения кредитного потенциала и обратный ему параметр использования кредитного потенциала. В региональной экономике ЮФО и СКФО фактические значения данных параметров свидетельствуют, что возможность освоения кредитного потенциала посредством проникновения финансовых инноваций на рынок использована лишь на 27%. В тоже время оставшиеся 73% предстоит реализовать в качестве резервов экономического роста. Расчеты авторов показывают, что степень проникновения кредитного потенциала в экономику региона достаточно низкая. Однако имеется неиспользованный резерв инновационного потенциала кредитной активности банков посредством реализации эффективной ассортиментного предложения финансовых продуктов и услуг.

Индикативный параметр внедрения кредитных инноваций ориентирован по смысловому значению индивидуальным показателем проникновения кредитных технологий и значения инновационности кредитных продуктов и услуг. В тоже время его значение, равное 47% представляет собой более точный, хотя и обобщенный расчет по всем банковским институтам региона. Следовательно, менее половины ассортиментного предложения кредитных инноваций внедрено в реальный сектор региональной экономики посредством инструментария банковского маркетинг-менеджмента. Расчет значения индикативного параметра однородности инновационной кредитной активности составил 33,5%, что свидетельствует о средней степени однородности институтов регионального банковского сектора ЮФО и СКФО (табл. 1).

Таблица 1

**Индикативные параметры инновационной активности региональных банков**

Показатель	Уровень внедрения кредитных инноваций, %	Величина кредитного потенциала, %	Уровень проникновения кредитного потенциала, %	Величина однородности инновационной кредитной активности, %
Фактическое значение	47	73	27	33,5

Формирование маркетинговой стратегии развития кредитных инноваций банковского института строиться исходя из системного взаимодействия, как внешнего маркетингового окружения, так и условий внутреннего развития в разрезе бизнес-процессов и конкурентного взаимодействия с другими участниками рынка банковских услуг. Сопоставляя эти стратегические целевые ориентиры, банковский менеджмент может обосновать механизм реализации стратегии, на основе которой выстраивается индивидуальная тактика и пошаговый алгоритм принятия конкретных управленческих решений. Разработка тактических действий банковского менеджмента в форме управленческой матрицы обусловлена неразрывным взаимодействием внутреннего и внешнего маркетингового окружения банковского института. Практическое использование управленческой матрицы способствует реализации оценки количественных параметров уровня инновационной кредитной активности и инновационного кредитного потенциала.

Процесс формирования, позиционирования и использования кредитных инноваций региональных банковских институтов интегрирует набор экономических критериев в оценку возможности ассортиментного предложения таких кредитных продуктов и технологий на рынке банковских услуг [1, с. 135–136].

Происходящие изменения маркетинговой среды трансформируют традиционную модель конкурентного поведения банка в инновационную и стимулируют деятельность федеральных и региональных кредитных институтов в направлении заданного вектора устойчивого развития. Следует отметить, что чем выше скорость диффузии кредитных инноваций в реальный сектор экономики региона, тем быстрее осуществляется распространения нововведений на рынке банковских услуг и тем более конкурентоспособна банковская система региона в долгосрочной перспективе.

Выбор направлений устойчивого развития федеральных и региональных банковских институтов, в значительной степени определяются принимаемыми управленческими решениями реализации кредитной политики. Стратегические ориентиры развития конкретного банковского института должны строиться исходя из маркетинговых условий межсекторального взаимодействия с другими участ-

никами рынка кредитных продуктов и услуг. На основе сопоставления данных показателей банковский менеджмент строит и реализует дорожную карту конкретных действий и управленческих решений в области кредитных инноваций, которая опирается на комбинацию возможных вариантов соотношения значений показателя кредитной инновационной активности и параметра кредитного потенциала банка.

Выявленные стратегические направления реализации кредитной политики и разработанный механизм тактических действий по проникновению кредитных инноваций на рынок позволяет задействовать неиспользованные резервы, как рыночной устойчивости банка, так и социальную составляющую его кредитной активности в системе общественных отношений.

#### Литература

1. Диянова С.Н., Штезель А.Э. Маркетинг сферы услуг: учебное пособие / С.Н. Диянова, А.Э. Штезель. – М.: Магистр; Инфра-М, 2012. – 202 с.
2. Котлер, Ф. Маркетинг 3.0: От продуктов к потребителям и далее – к человеческой душе / Ф. Котлер, А. Сетиаван; пер. с англ. А.Ю. Заякина. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2012. – 230 с.
3. Развитие системы маркетинга в банковском секторе: учебное пособие / под ред. Г.Н. Накиповой и Д.Я. Родина. – Краснодар: КубГАУ, 2013. – 350 с.
4. Родин, Д.Я. Формирование стратегий устойчивого развития коммерческих банков: проблемы теории и методологии: монография / Д.Я. Родин. – Краснодар: КубГАУ, 2010. – 300 с.
5. Родин, Д.Я., Сурина, И.В. Формирование и продвижение финансовых инноваций банковского института на банковском рынке кредитных услуг / Д.Я. Родин, И.В. Сурина // Финансовая аналитика: проблемы и решения. – 2015. – № 22(256). – С. 17–30.
6. Синки, Дж. мл. Финансовый менеджмент в коммерческом банке и в индустрии финансовых услуг / Дж. Синки мл. – М.: Альпина, 2007. – 1050 с.

УДК 334

**Е.А. Родина, студент**

*Научный руководитель: Т.А. Мясникова, д-р экон. наук, доцент  
г. Краснодар, Кубанский государственный университет*

## ИСПОЛЬЗОВАНИЕ МОДЕЛИ AV GALAXY В РАЗРАБОТКЕ СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ СЕЛЬСКОГО ТУРИЗМА КРАСНОДАРСКОГО КРАЯ

В условиях стремительного повышения значимости территориальных, особенно природных, ресурсов страны особую важность приобретает развитие сельских территорий России, которое сегодня происходит недостаточно динамично и весьма неравномерно. Несмотря на огромные инвестиции в агропромышленный комплекс, качество жизни сельского населения в целом существенно отстает от городских жителей, сужается доступ сельчан к социальным услугам, для городской и сельской местности характерен значительный, постоянно возрастающий информационный и инновационный разрыв. В результате происходит рост миграционного оттока сельского населения в города, снижается освоенность сельских территорий [1, с. 18].

Проблема формирования стратегии развития агротуризма в регионе в условиях необходимости обеспечения ее индивидуализации на отдельных территориях и декомпозиции стратегических целей актуальна в настоящее время по следующим основным причинам. Сельский туризм обеспечивает условия для развития агропромышленного комплекса, сферы торговли, информатики и других секторов экономики, что в свою очередь расширяет рынки сбыта для местных товаропроизводителей товаров и услуг, и, как следствие, возрастает уровень жизни местного населения. Агротуризм стимулирует возрождение народных обычаев и ремесел. Постоянно возрастает влияние туризма на экономику. По данным Всемирной туристической организации при ООН (ЮНВТО), туризм (включая внутренний) – крупнейшая отрасль экономики в большинстве стран мира по числу занятых в ней. В настоящее время туризм обеспечивает занятость почти 10% всего работающего населения планеты, а индустрия туризма в целом дает до 10% мирового ВВП.

Актуальность темы исследования предопределена сегодняшними условиями мирового экономического кризиса, применяемыми к нашей стране санкций. Под их воздействием сельский туризм в России может получить мощный импульс дальнейшего развития. Население России исторически с интересом относится к сельскому отдыху. В то же время, у большинства горожан сегодня нет родных в «деревне». В этих условиях местное предпринимательство получает возможность реализовать по-

требность горожан в сельском отдыхе. Необходимо лишь обеспечить развитие экотуризма в сельской местности. Этот вид туризма вызывает интерес населения вследствие относительной дешевизны и возможность приобщиться к природе. Развитие экотуризма позволит дать значительное количество новых рабочих мест сельскому населению, тем самым решая важнейшую социальную задачу развития депрессивных сельских территорий. Таким образом, можно сделать вывод об актуальности, теоретической и практической значимости решения проблемы формирования экологического турпродукта.

Практическая значимость исследования заключается в возможности реализации основных результатов исследования в процессе формирования стратегии развития экотуристического продукта на основе использования системной методики AV Region Galaxy Model, разработанная AV Group на основе развития подходов классиков теории межрегиональной и глобальной конкуренции и территориального развития Ф. Перру, М. Портера, Й. Шумпетера и др.

AV Galaxy – «живая» модель динамичного взаимодействия внутренних стратегических уровней развития региона и внешних рынков, где идет конкуренция за факторы развития. Модель отражает базовую идею – участие региона в борьбе за позиции в межрегиональной и глобальной конкуренции полюсов роста, в которых развиваются конкурентоспособные экономические комплексы и кластеры, создаются условия для привлечения и удержания капиталов.

Модель совмещает два уровня рассмотрения региона: внешний, отражающий конкурентные позиции рассматриваемого региона относительно других регионов в разрезе семи направлений межрегиональной конкуренции, и внутренний, описывающий структуру базовых экономических комплексов (с выделением, в увязке с экономическими комплексами, кластеров и проектов развития) в разрезе экономических зон, учитывающих формирование городских агломераций.

Семь направлений конкуренции могут быть интерпретированы и применительно к бизнесу (предприятиям, хозяйственным комплексам), и применительно к региону, что делает модель удобным инструментом изучения и описания взаимосвязанных процессов – конкуренции регионов и предприятий.

Одним из перспективных инструментов развития сельских территорий является экологический туризм. В принятой Правительством РФ Государственной программе Российской Федерации «Развитие культуры и туризма» на 2013–2020 годы утверждается, что в настоящее время индустрия туризма является одной из сфер с высокой динамикой развития в международной торговле услугами [2]. Туризм на селе имеет безусловную экономическую целесообразность и значимость для регионального развития.

Анализ исследований мирового опыта в области терминологии сельского туризма позволил привести наиболее точные и подходящие определения туризма, относящиеся к сельской местности. под экологическим туризмом мы предлагаем понимать форму агротуризма, реализуемую в сельской местности, использующую местные туристские ресурсы, предусматривающую участие туристов в различных традиционных мероприятиях, а также формирующие особые дестинации, включающие размещение и организованное питание туристов в специфических туристических структурах: туристские пансионаты, агротуристские пансионаты, крестьянские хозяйства и др. При этом, экотуризм основан на использовании сельскохозяйственных, природных, культурно-исторических и иных ресурсов сельской местности и ее специфики для создания комплексного экотуристского продукта.

Использование AV Region Galaxy Model при формировании системы управления фокусируется на стимулировании роста конкурентоспособности по ключевым направлениям (AV Competitiveness):

- 1) рынки сбыта. Данный элемент предполагает изучение конкуренции за потребителя и рынок, вызовы и тренды, в частности, степень свободы ведения бизнеса [3, с. 894], определение характеристик продукта, его ключевые преимущества, например, наличие сертифицированной системы менеджмента качества, соответствующее требованиям международного стандарта ИСО 9001 – 2015 [4, с. 329];

- 2) институты – анализ организационного ресурса. Например, конкуренция за административный ресурс власти, уровень развития взаимодействия с бизнесом, структурами гражданского общества и населением [5, с. 64];

- 3) человеческий капитал. Этот фактор характеризует трудовые ресурсы субъекта, уровень социальной ответственности бизнеса в развитии территории и др. [6, с. 172];

- 4) информация и технологии – изучение уровня использования инновационных технологий, а также доступ к информации;

- 5) природные ресурсы. Этот элемент является фактором развития, связанным с территорией размещения, включенность в формирование системы экологически устойчивого развития территории

размещения, создание «зеленой» экономики, применение экологически чистых и энергосберегающих технологий и др. [7, с. 169; 8, с. 127];

б) финансовый капитал. Анализ обеспеченности финансовыми ресурсами и инвестициями, что особенно важно в условиях, применяемых к России США и Странами Евросоюза экономических санкций, а также более чем динамичного отечественного законодательства [9, с. 86];

7) реальный капитал. Изучение размещения активов или производств, динамика создания высокопроизводительных рабочих мест и т.д. [10, с. 159]

По данным ЮНВТО число туристов в 2013 г. достигло 1,1 млрд человек, из них от 12 до 30% ориентированы именно на агротуризм. Количество экотуристов на внутренних рынках еще больше. Например, во Франции лишь 7% путешествующих останавливаются в отелях, остальные же 93% предпочитают сельские гостиницы и кемпинги. Стоит отметить, что сельский туризм стоит на третьем месте после экскурсионного и пляжного в рейтинге туристической Европы, и занимает в разных странах от 8 до 20% туристического рынка. Так, например, каждый третий турист во Франции – это сельский турист, в Великобритании 10% предпринимателей, ведущих бизнес в сельской местности, предлагают услуги в сфере сельского туризма [11, с. 268], в Германии 4%. Сельский туризм в странах Евросоюза с каждым годом развивается и приносит стабильный доход.

Для Европы вообще характерны организации, занимающиеся маркетингом услуг экологического (аграрного) туризма. В их числе очень известна Европейская Федерация сельского зеленого туризма «Eurogites», основанная еще в 1989 г. – европейский Год туризма, объединяющая 20 ассоциаций из 17 стран Европы, включающих 90 тысяч частных владельцев, предлагающих 130 тыс. жилых объектов по всей Европе для отдыха и питания гостей. Австрия, Словакия, Германия, Чехия интенсивно наращивают усилия в сфере развития экологического туризма. Так, только в Австрии до 10% крестьянских усадеб предоставляют услуги по размещению и питанию туристов (до 30 млн мест). Причем четверть всех средств размещения ориентирована на зарубежных гостей. Сама идея сельского туризма появилась в Великобритании, сейчас там находится штаб-квартира организации WWFO (World Wide Opportunities on Organic Farms), которая была основана в 1971 году [12].

К сожалению, сельский туризм в России отстает по развитию от европейских стран. Однако постепенно сельский туризм развивается и в нашей стране, хотя его современное состояние весьма скромное – пока лишь несколько регионов России активно развивают туристское направление. Флагманами в продвижении сельского туризма являются Владимирская, Вологодская, Ивановская, Новгородская, Архангельская и др. области, Краснодарский край, Республика Карелия, Чувашская Республика и окрестности Санкт-Петербурга. Следует отметить, что необходимость развития агротуризма состоит в том, что в первую очередь повышается благосостояние не только сельских жителей, так и регионов в целом.

Хотя в Российской Федерации деятельность по развитию экотуризма еще только начинается, уже имеется позитивный опыт в этой сфере. В России осуществляется множество проектов агротуризма, таких как «Дорога к дому» (Ленинградская область), «Зеленый дом» (Горный Алтай), так называемая сеть «В&В» (Прибайкалье). В Краснодарском крае в Реестр туристских ресурсов Министрством курортов, туризма и олимпийского наследия Краснодарского края включено 74 сельских объекта. Распространенной является практика организации предприятий агротуризма по таким моделям, как «казачий хутор», «ферма», «винокурня», «тур с проживанием в кочевом традиционном жилище», «национальная деревня», «сельская дом» и др.

Наиболее привлекательной территорией, с точки зрения экологического туризма, является Краснодарский край, который совмещает в себе туристический и сельскохозяйственный центры России. Курортно-туристский комплекс играет ключевую роль в экономике Краснодарского края, обеспечивая региону лидирующие позиции на туристическом рынке Российской Федерации в качестве основного приморского бальнеологического и курортно-рекреационного центра. По данным Росстата, в 2014 г. доля курортно-туристского комплекса в добавленной стоимости (в ВРП) Краснодарского края составляла 17,3%; в отраслях, входящих в комплекс, работало около 19% населения; на долю комплекса приходилось 24,2% инвестиций в основной капитал. За 15 лет (с 2000 г. по 2015 г.) количество отдыхающих в Краснодарском крае увеличилось в 3,1 раза, при этом только за 2014 и 2015 гг. туристический поток вырос на 27,2% (рис. 1).

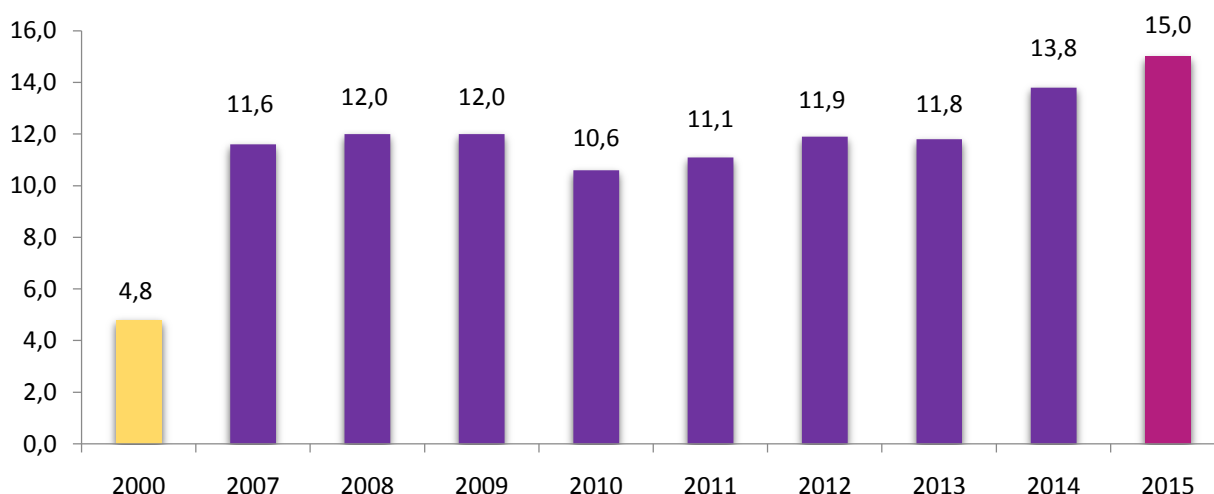


Рис. 1. Динамика количества отдыхающих в Краснодарском крае, млн человек [13]

Основой потенциала экологического туризма в Краснодарском крае являются его рекреационные ресурсы и особо охраняемые природные территории. Азово-Черноморское побережье Краснодарского края отличается разнообразием природы. Этот район уникален по разнообразию природных ландшафтов (равнины, горы, яркая субтропическая зелень, берег Черного моря). Основным рекреационным районом является Черноморское побережье к югу от Туапсе с его морским и предгорным климатом влажных субтропиков. Второй по значению район – это Причерноморская полоса, идущая от Туапсе до Анапы, с более прохладной зимой и сухим климатом. В Анапе число солнечных дней достигает 280 в год. Несколько меньшее значение имеют Таманская рекреационная зона в границах Темрюкского района, Абраусская рекреационная зона в административных границах г. Новороссийска, пос. Кабардинка курорта Геленджик. Основу рекреационного потенциала Черноморского побережья составляют море и пляжи.

Предгорные и горные районы Западного Кавказа отличаются большим природно-ландшафтным разнообразием. Полоса северных предгорий Западного Кавказа богата гидротермальными и гидроминеральными ресурсами. Особую лечебную ценность имеют йодо-бромные воды районов Горячего Ключа, Белореченска, Апшеронска, Лабинска, Отраденской. В последние годы большой популярностью в Краснодарском крае пользуется горнолыжный отдых в районе Красной Поляны.

Особо охраняемые природные территории (ООПТ) занимают площадь 376,3 тыс. га, что составляет 5% от всей территории края. В регионе присутствуют особо охраняемые природные территории как федерального, так и регионального и местного значения. ООПТ федерального значения включают Кавказский государственный природный биосферный заповедник, государственный природный заповедник «Утриш», Сочинский национальный парк, Сочинский общереспубликанский государственный природный заказник, Приазовский государственный природный заказник. ООПТ регионального и местного значения включают 370 объектов: 1 природный парк (Орнитологический парк в Имеретинской низменности), 16 государственных природных заказников (образованы для сохранения и поддержания в естественном состоянии уникальных природных комплексов и воспроизводства охотничьих видов животных), 352 памятника природы (ботанические, водные, геологические, природно-исторические пр.) и 1 дендрологический парк. Они занимают территорию площадью 330,9 тыс. га, из которых 295,5 тыс. га являются сухопутными (с внутренними водоемами), а 35,4 относятся к морской акватории.

В качестве ключевых стратегических направлений развития экологического туризма в крае можно выделить следующие. Формирование необходимых условий развития бизнеса, создания новых средств размещения, обеспечения развития как имеющихся, так и новых экотуристских территорий. Создание и продвижение на российском и, особенно, на внешнем туристских рынках единой рекламно-маркетинговой концепции экотуризма Краснодарского края с ориентацией на специфику отдельных территорий и с использованием современных маркетинговых технологий. Создание необходимой инфраструктуры для иностранного туризма как стратегической для страны в целом отрасли, дающей сравнительно быстрый эффект роста ВВП и превращения Краснодарского края в конкурентоспособный туристско-рекреационный центр Черноморско-Средиземноморского региона.

Для принципиального изменения ситуации в экотуристском комплексе модернизации системы управления на принципах мировых лидеров в туристской отрасли предлагается реализация таких

стратегических действий, как классификация действующих в данной сфере хозяйствующих субъектов, проведение их сертификации на соответствие требованиям международного стандарта ISO 9001, европейских гостиничных стандартов EUHS в целях обеспечения конкурентоспособности предприятий туристского комплекса. А также:

- Расширение использования гидроминеральной базы Краснодарского края на основе опыта санаторно-курортного лечения и создания новых технологий лечения природными лечебными ресурсами (минеральные воды, грязи и др.).

- Доведение системы подготовки кадров в сфере туристского комплекса до уровня современных требований в отрасли.

- Развитие частно-государственного и муниципально-частного партнерства в инвестировании создания новых объектов экотуризма.

- Создание консолидированного рекламного фонда не только за счет краевого и местных бюджетов, но и средств предприятий туристского комплекса в целях проведения активной рекламной кампании экотуризма Краснодарского края, организации выставочных мероприятий, фестивалей, ярмарок, размещения рекламных материалов в средствах массовой информации и др. Разработка и предъявление к средствам размещения особых требований в части рекламной кампании (участие в выставках, фестивалях и других мероприятиях).

- Формирование комплексной программы развития предприятий экотуристского комплекса, включающей меры государственной поддержки (в частности, субсидирование предприятий), использование инструментов фондового рынка.

- Реализация мер по созданию условий для добросовестной конкуренции, по государственной и муниципальной поддержке малых средств размещения (формирование единой системы размещения туристов и отдыхающих, рекламно-информационная поддержка и другое).

- Проведение модернизации инфраструктуры и обеспечение повышения качества обслуживания на действующих объектах туристского комплекса.

Таким образом, проведенное исследование на основе использования модели AV Region Galaxy позволило в качестве главной стратегической цели определить формирование конкурентоспособного круглогодичного экотуристского продукта и доведение уровня туристских услуг до уровня международных стандартов, обеспечение высоких темпов устойчивого экономического роста экотуристского комплекса края. Стратегическое видение по результатам проведения анализа состоит в повышении глобальной конкурентоспособности экотуристского комплекса Краснодарского края на основе диверсификации экотуристского продукта; продвижения экотуристского продукта Краснодарского края на мировом и российском туристических рынках; дальнейшего развития туристской, транспортной и инженерной инфраструктуры; межрегионального сотрудничества, развития экотуристского кластера, дальнейшего развития международных связей, стимулирования создания на территории края иностранных и совместных предприятий в сфере экотуризма; повышения качества экотуристских и сопутствующих услуг и др.

#### Литература

1. Родин А.В. Обеспечение устойчивости экономики региона: аграрное или сельское развитие? [Текст] / А.В. Родин, И.Н. Пивоварова // Успехи современной науки: Международный научно-исследовательский журнал. – Белгород: Изд-во Ключев С.В. – 2016. – № 11, том 3. С. 17–20.
2. Государственная программа Российской Федерации «Развитие культуры и туризма» на 2013 – 2020 годы [электронный ресурс]. URL: <http://mkrf.ru> (дата обращения: 28.11.2016)
3. Максимова В.Д., Родин А.В. Факторы повышения уровня экономической свободы в России // Наука и образование: новое время. 2016. № 5 (16). С. 892–895.
4. Родин А.В. Менеджмент качества как инновационный ресурс развития туристского комплекса Краснодарского края // Проблемы и перспективы развития туризма в Южном федеральном округе: сборник научных трудов. Симферополь, 2016. С. 326–331.
5. Родин А.В., Пивоварова И.Н. Формирование системы взаимодействия органов власти и институтов гражданского общества // Наука и образование: новое время. 2016. № 5 (16). С. 60–66.
6. Родин А.В. Социальный и человеческий капиталы как основа развития местного сообщества города Краснодар // Актуальные проблемы экономики и управления: вызовы XXI века: Материалы Всероссийской научно-практической конференции. Краснодар: Изд-во КубГУ, 2016. С. 167–174.
7. Родин А.В. «Зеленая» экономика: формирование точек роста / А.В. Родин, К.Н. Бабичев // Экологическая безопасность региона: Сборник статей VIII Международной научно-практической конференции естественно-географического факультета (10–11.11.2016 г., г. Брянск). – Брянск: Изд-во БГУ, 2016. С. 124–128.
8. Родин А.В. Формирование системы экологически устойчивого местного развития [Текст] / А.В. Родин, К.О. Авакян // Экономика и предпринимательство. – 2016. – № 11. Ч. 2 (76-2). С. 323–327.

9. Родин А.В. Обеспечение устойчивости сельского развития в условиях изменения бюджетного законодательства [Текст] / А.В. Родин, Е.Н. Алексеева // Конкурентоспособность в глобальном мире: экономика, наука, технологии. – 2016. – № 7, Ч. 2. – С. 83–88.

10. Родин А.В. Физический капитал постиндустриального развития региона // Актуальные проблемы экономики и управления: вызовы XXI века: Материалы Всероссийской научно-практической конференции. Краснодар: Изд-во КубГУ, 2016. С. 157–167.

11. Заричная А.А. Европейский опыт развития сельского туризма // Экономика Крыма. – 2011. – № 4(37). – С. 265–269.

12. What is Rural Tourism // India Rural Tour [Electronic resource]. URL: <http://www.indiaruraltours.com/RuralTourism.aspx> (дата обращения: 28.11.2016).

13. Министерство курортов, туризма и олимпийского наследия Краснодарского края [электронный ресурс]. URL: <http://min.kurortkuban.ru> (дата обращения: 28.11.2016).

**УДК 336.647**

**О.А. Родионова, магистрант**

*Научный руководитель: Г.Т. Гафурова, канд. экон. наук, доцент  
г. Казань, Казанский инновационный университет им. В.Г. Тимирязева*

## **ОЦЕНКА УПРАВЛЕНИЯ ФИНАНСОВОЙ УСТОЙЧИВОСТЬЮ И ПЛАТЕЖЕСПОСОБНОСТЬЮ ФИРМЫ (НА ПРИМЕРЕ АО «СК «ТАТФЛОТ»)**

В ходе анализа финансовой устойчивости и платежеспособности АО «СК «ТАТФЛОТ» было выявлено, что организация имеет неустойчивое финансовое состояние и является неплатежеспособной. Все коэффициенты не достигают нормативных значений и по итогам 2015 года ухудшились [1, с. 162].

Для повышения финансовой устойчивости и платежеспособности организации нам необходимо повысить прибыль и увеличить собственный капитал [2, с. 113].

Для этого мы предлагаем на базе Казанского речного порта создать логистический комплекс.

В целом весь спектр услуг, предоставляемых логистическими компаниями заключается в следующем:

- организация перевозки груза любым видом транспорта;
- представление груза и сопроводительных документов в таможенные органы;
- согласование маршрута перевозки груза;
- уплата пошлин, сборов и иных платежей, связанных с оказываемыми транспортно-экспедиционными услугами;
- оказание информационных услуг, связанных с перевозкой, хранением грузов;
- хранение грузов;
- услуги по погрузке (выгрузке) грузов;
- страхование груза;
- организация сопровождения груза и прочее.

АО «СК «ТАТФЛОТ» имеет выгодное положение, находясь вблизи центра города. Логистический центр будет иметь удобные подъездные пути для крупно-тоннажного транспорта (еврофуры). Он будет оказывать комплекс услуг, которые на 100% будут обеспечивать реализацию потребностей клиентов в складировании, грузопереработке, доставке товара.

У организации уже имеются 2 крытых склада общей площадью 5033,1 м<sup>2</sup>.

Рынок сбыта – Россия, страны СНГ.

Режим работы центра будет совпадать с режимом работы АО «СК «ТАТФЛОТ» – заявки будут приниматься 5 дней в неделю, а доставка будет осуществляться круглосуточно.

Ориентировочная стоимость проекта 12 881 000 руб.

Срок окупаемости 2 года и 201 день.

Целью логистического центра является обеспечение клиентам качественной транспортировки грузов, соблюдение сроков доставки, регулярность и надежность перевозок.

Для логистического комплекса важно обеспечить себя собственным автомобильным парком, так как с экономической точки зрения транспорт является одним из определяющих элементов производственно-коммерческого процесса.



Нам необходимо, чтобы общие логистические издержки были минимальны. Этого можно достичь путем баланса расходов на транспорт и качества транспортного обслуживания, а именно скоростью и надежностью перевозок.

Себестоимость транспортных услуг центра зависит от состава затрат и будет определяться логистическим центром самостоятельно.

Основной вид активов в центре – транспорт, который учитывается в составе основных средств, а его стоимость погашается посредством начисления амортизации.

Затраты основного периода логистического центра – затраты непосредственно связанные с перевозками и работой центра, будут составлять 338 800 руб. (табл. 1)

Таблица 1

**Постоянные затраты основного периода, руб.**

Статья затрат	Сумма, руб.
Заработная плата персонала	167 500
Коммунальные расходы	10 000
Расходы на содержание складов	131 300
Прочие расходы	30 000
Всего:	338 800

В пределах города Казани предлагается использовать следующие тарифы. Данная тарифная сетка разработана на основе маркетингового исследования рынка (табл. 2).

Таблица 2

**Тарифы по предлагаемым услугам**

Услуги	Тарифы
Аренда склада	320 руб./м <sup>2</sup>
Погрузочно-разгрузочные работы:	
- с применением механических приспособлений	255 руб./ тонна
- ручная работа	315 руб./тонна
- работа с мелким грузом большого объема	375 руб./тонна
Перевозка грузов	12 руб./км

Проведем оценку инвестиционной привлекательности проекта.

Таблица 3

**Доходы логистического центра в месяц, руб.**

Виды дохода	Тариф	Объем	Количество	Сумма, руб.
Аренда склада	320 руб./м <sup>2</sup>	5033,1 м <sup>2</sup>	1	1 610 592
Погрузочно-разгрузочные работы:			20	
- с применением механических приспособлений	255 руб./ тонна	20 т		102 000
- ручная работа	315 руб./тонна	20 т		126 000
- работа с мелким грузом большого объема	375 руб./тонна	20 т		150 000
Перевозка грузов	12 руб./км	9500 км	3	342 000
Всего в месяц:	-	-	-	2 330 592

Примерный денежный поток логистического центра в год будет равен 27 967 104 руб., затраты будут равны 7 800 060 руб. в год (табл. 3, 4).

Таблица 4

**Расходы логистического центра в месяц, руб.**

Статьи расходов	Сумма, руб.
1	2
Содержание складов	131 300
Коммунальные расходы	10 000
Расходы на топливо	245 812, 50
Заработная плата персонала	167 500
Страховая премия	13 300
Платежи в страховые фонды	52 092, 50
Прочие расходы	30 000
Всего в месяц:	650 005

Рассчитаем ставку дисконта по формуле Фишера [5, с. 37]. Уровень инфляции (7,3%) и средняя ставка по кредитам (14,3%) взяты с сайта Центрального Банка России.

$$r = (1 + 0,073) * (1 + 0,1416) - 1 = 0,225 * 100\% = 22,5\% \quad (1)$$

Рассчитаем чистый денежный поток и продисконтируем его (Таблица 5).

Таблица 5

**Дисконтированный денежный поток на 3 года, руб.**

		1 год	2 год	3 год	Сумма, руб.
Отток средств	Инвестиции	12 881 000	-	-	
	расходы	3 979 830	7 800 060	7 800 060	
Приток средств		13 983 552	27 967 104	27 967 104	
Чистый денежный поток		-2 877 278	20 167 044	20 167 044	
Дисконтированный денежный поток (NPV)		-2 599 643,41	13 439 096,38	10 970 690,92	21 810 143,89

Рассчитаем чистый приведенный доход (NPV) [5, с. 41]. В сумму инвестиций включим стоимость машин и прицепов. Расчет произведен исходя из реализации проекта с середины 2016 года.

$$NPV = \frac{-2599643,41}{(1+0,225)^{\frac{1}{2}}} + \frac{20167044}{(1+0,225)^2} + \frac{20167044}{(1+0,225)^3} = 21810143,89 \quad (2)$$

$NPV > 0$ , значит, проект следует принять.

Для определения срока окупаемости рассчитаем дисконтированный денежный поток (табл. 6).

Таблица 6

**Дисконтированный денежный поток, руб.**

	0	1	2	3
Денежный поток	-16 860 830	-2 877 278	20 167 044	20 167 044
Дисконтированный денежный поток	-16 860 830	-2 599 643,41	13 439 096,38	10 970 690,92
Накопленный дисконтированный денежный поток	-16 860 830	-19 460 473,41	-6 021 377,03	4 949 313,89

Год окупаемости проекта равен 3.

Дисконтированная не возмещенная стоимость на начало года окупаемости равна 6 021 377,03 руб.

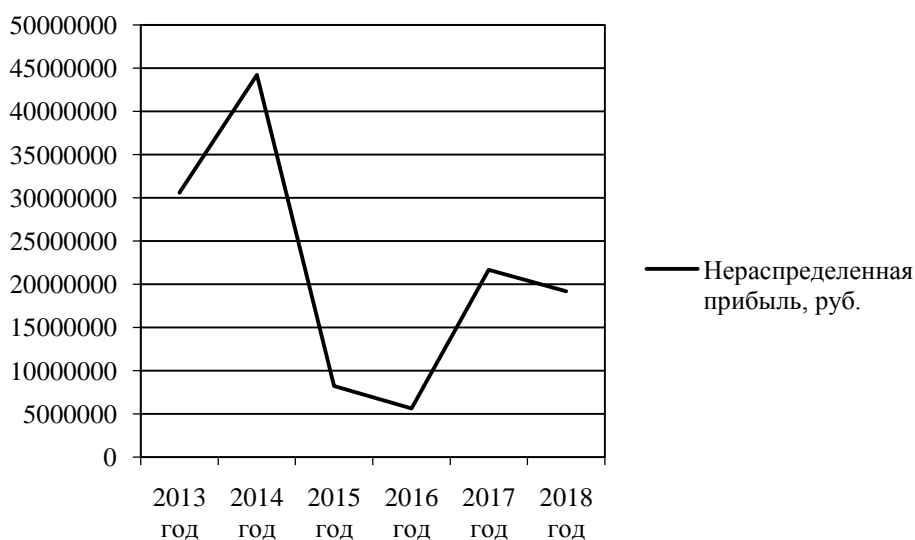
Дисконтированный доход в течение года окупаемости равен 10 970 690,92 руб.

Тогда срок окупаемости проекта равен:

$$t_{ок} = (3 - 1) + \frac{6021377,03}{10970690,92} = 2,55 \quad (3)$$

Таким образом, период, реально необходимый для возмещения инвестированной суммы, составит 2,55 года или 2 года и 201 день.

Рассмотрим тренд нераспределенной прибыли на ближайшие 3 года (рис. 1).



**Рис. 1. Нераспределенная прибыль АО «СК «ТАТФЛОТ» за 2013–2018 гг.**

На графике видим, что нераспределенная прибыль будет расти за счет деятельности логистического центра.

Рассмотрим, как будут изменяться коэффициенты финансовой устойчивости (коэффициент капитализации, коэффициент самофинансирования) и платежеспособности (коэффициент текущей и абсолютной ликвидности) (рис. 2).

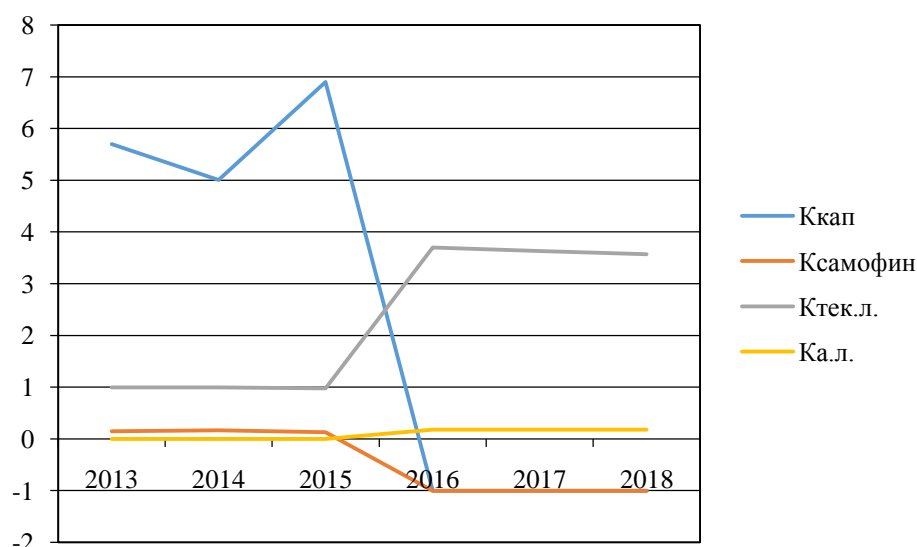


Рис. 2. Коэффициенты финансовой устойчивости и платежеспособности в динамике лет

Коэффициенты рассчитаны с учетом того, что организация не будет менять кредитную политику, а прибыль от деятельности логистического центра будет неизменной.

Таким образом, из графика мы видим, что с каждым годом с ростом прибыли коэффициенты будут улучшаться и приближаться к нормативным значениям. В последующем финансовая устойчивость АО «СК «ТАТФЛОТ» повысится и организация станет платежеспособной.

#### Литература

1. Абдукаримов И.Т. Анализ финансового состояния и финансовых результатов предпринимательских структур: учебное пособие / И.Т. Абдукаримов, М.В. Бкспалов. – М.: Инфра-М, 2014. – 215 с.
2. Абрютин, М.С. Финансовый анализ: учеб. пособие / М.С. Абрютин. – М.: ДИС, 2011. – 187 с.
3. Бригхэм, Ю.Ф. Финансовый менеджмент: Экспресс-курс / Ю.Ф. Бригхэм. – СПб.: Питер, 2013. – 592 с.
4. Галиахметова, А.М. Корпоративные финансы : учеб. пособие / А.М. Галиахметова; Институт экономики, управления и права. – Казань: Изд-во «Познание» Института экономики, управления и права, 2014. – 139 с.
5. Давыдова, И.Ш. Оценка стоимости бизнеса : учеб. пособие / И.Ш. Давыдова, Т.В. Крамин, Н.В. Гордеева. – Казань: Изд-во «Познание» Института экономики, управления и права, 2013. – 94 с.
6. Этрилл, П. Финансовый менеджмент и управленческий учет для руководителей и бизнесменов / П. Этрилл, Э. Мак-Лейни; пер. с англ. В. Ионов. – М.: Альпина Пабли., 2012. – 648 с.

УДК 339.1

**Е.А. Румачик, П.К. Чубанова, студенты**

Научный руководитель: Ю.А. Аникина, канд. экон. наук, доцент  
г. Красноярск, Сибирский государственный аэрокосмический университет

## МАРКЕТИНГОВОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ РЫНКА ИНФОРМАЦИОННО-ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ

Аналитики, в основном, смотрят на российский ИТ-рынок с позиции иностранных вендоров, работающих в России. С такой позиции кризис и драматическое падение очевидны: у зарубежных компаний (у подавляющего большинства, хотя не у всех) доходы в иностранной валюте резко сократились.

С позиции отечественных разработчиков ПО ситуация не столь катастрофическая или даже совсем не катастрофическая. Они оценивают российский рынок не в долларах или евро, а в рублях, а в рублевом выражении он как раз не сокращается. По расчетам, основанным на данных IDC (сама компания дает оценки только в долларах), ИТ-рынок, оцененный в рублях, за 2014 г. не упал и не вырос

(изменение в пределах погрешности). Если учитывать инфляцию, которая в 2014 г. составила 11,2%, можно говорить о существенном падении ИТ-рынка – около 10%. Минэкономразвития РФ определило рост ИТ-рынка в 2,2% даже в сопоставимых ценах (т. е. с учетом инфляции). При этом объем ИТ-рынка в расчетах Минэкономразвития оказался меньше, чем у IDC, примерно на 10 млрд руб., что говорит о различных методиках (и это справедливо, в частности, IDC при расчете объема рынка ИТ учитывает продажи мобильных телефонов, что не учитывается в расчетах Минэкономразвития).

При наличии подобной разницы в оценках объема и роста рынка участники рынка больше доверяют независимым аналитикам, чем государственным структурам. Однако в данном случае вполне вероятно, что данные Минэкономразвития более адекватно отражают реальную ситуацию.

Если речь идет о сегментах, где доминируют зарубежные вендоры, то эксперты и участники российского ИТ-рынка (например, крупнейшие дистрибьюторы) не сомневаются в правильности оценок их размеров аналитиками IDC. Когда же речь идет о сегментах рынка ПО, где доминируют российские разработчики, или о рынке ИТ-услуг (на нем также преобладают российские компании), то у экспертов часто возникают сомнения в правильности подходов зарубежных аналитиков. Например, по данным «Юнискан ГС1 Рус», сегмент межкорпоративного электронного документооборота недооценен компанией IDC в 2 раза, поскольку есть сектора и отдельные участники рынка, которых она не учитывает.

В то же время иногда проявляются кардинальные несоответствия и по продаже «железа». При этом подобные несоответствия имеются в данных зарубежных аналитиков, которые к Минэкономразвитию не имеют никакого отношения. Согласно данным IDC, в России в 2014 г. продано 8,16 млн планшетов, а по расчетам J'son& PartnersConsulting – 9,4 млн (Gfk – 9,2 млн; а по данным аналитической компании ITResearch – 9,5 млн – прим. ред.). При оценке количества проданных устройств такое различие вполне нормально, поскольку методики могут существенно различаться. Однако главное отличие оценок аналитиков касается динамики продаж. Согласно подсчетам IDC, продажи планшетов сократились на 5% в штуках, а в долларах (из-за снижения долларовых цен) еще больше – почти на 31%. Компания J'son& PartnersConsulting определила вполне приличный рост продаж планшетов – на 37% в штуках. Даже если измерять объем продаж в долларах, то, судя по всему, имеется рост рынка [1].

Таким образом, вполне возможно, что с позиции отечественных компаний, ориентирующихся на оборот и прибыль в рублевом выражении, никакого катастрофического сокращения рынка не произошло. Может оказаться, что был даже небольшой рост, или, в крайнем случае, сокращение продаж было незначительным. Более того – часть из них получили возможность наращивать оборот за счет захвата доли их иностранных конкурентов.

Все быстро меняется, и скорость изменений постоянно нарастает, цифровая революция придет в каждую отрасль в 2016 г. благодаря 5G, Интернету вещей (IoT) и облачным технологиям.

1) 5G (пятое поколение) – самое быстрое подключение через международную компьютерную сеть «Интернет», рекордом которого является 7.6 Гбит/с. По состоянию на 29 октября 2016 года не является ратифицированным международным союзом по телекоммуникациям (МСЭ).

2) Интернет вещей (англ. InternetofThings, IoT) – концепция вычислительной сети физических предметов («вещей»), оснащенных встроенными технологиями для взаимодействия друг с другом или с внешней средой, рассматривающая организацию таких сетей как явление, способное перестроить экономические и общественные процессы, исключаяющее из части действий и операций необходимость участия человека.

3) Облачные технологии – это способ увеличения пропускной способности сетей или предоставление ИТ-ресурсов в виде сервиса, который Вы можете получить не вкладываясь в создание новой инфраструктуры, при этом у Вас нет нужды готовить новые кадры или покупать лицензированное новое программное обеспечение[3].

Организации конкурентов:

- 1) Ericsson;
- 2) Siemens;
- 3) Bosch;
- 4) China Mobile;
- 5) Microsoft;
- 6) AT&T;
- 7) Google;
- 8) Vodafone;
- 9) Apple Computer;

- 10) Cisco Systems;
- 11) Telefonica SA;
- 12) Intel Corporation;
- 13) Nokia;
- 14) IBM;
- 15) Hewlett-Packard.

Информационное содействие продвижению на мировые рынки продуктов и технологий российского ИКТ-сектора предполагает активное использование таких инструментов, как публичные выступления представителей федеральных органов исполнительной и законодательной власти, ориентированные на зарубежную аудиторию российские средства массовой информации и информационные агентства, (в том числе – финансируемые из средств федерального бюджета); интернет-сайты федеральных органов исполнительной власти и торгпредств.

Важным направлением работы является повышение эффективности взаимодействия российских компаний с зарубежными средствами массовой информации и информационными агентствами, требующее координации усилий бизнеса.

Таким образом, в рамках настоящего направления должны быть реализованы:

1. Информационно-аналитическое сопровождение публичных выступлений представителей федеральных органов исполнительной власти, предполагающее организацию их централизованного оперативного обеспечения необходимыми информационными материалами, включая:

- информационные пакеты – справочные материалы для российских торговых представительств и консульств за рубежом о состоянии, тенденциях развития, достижениях российского ИКТ-сектора, материалы технологических фирм и бизнес-ассоциаций для использования в работе по продвижению России на мировые рынки ИКТ;

- регулярно обновляемые типовые презентации для представления России как страны с высоким уровнем технологического развития и методические материалы по их проведению;

- регулярно обновляемые материалы выступлений для руководителей федеральных органов исполнительной власти и государства, посвященные международным достижениям и планам России в области информационных технологий.

Реализация данных мероприятий Концепции должна осуществляться федеральными органами исполнительной власти при активном взаимодействии с профильными бизнес-ассоциациями.

2. Проведение серии консультаций с российскими информационными агентствами, службами инновационного развития по вопросам публикации материалов, посвященных достижениям российского ИКТ-сектора, установления прочных связей с российскими бизнес-ассоциациями.

3. Разработка и реализация плана мероприятий по повышению эффективности взаимодействия российских высокотехнологических компаний (в т.ч. ИКТ-сектора) с зарубежными средствами массовой информации и информационными агентствами.

4. Обеспечение эффективного использования открытых информационных ресурсов, поддерживаемых федеральными органами исполнительной власти и торговыми представительствами (системы внешнеторговой информации, официальные веб-сайты др.) для распространения актуальной информации о российском ИКТ секторе.

Согласно прогнозам, рынок будет демонстрировать рост в среднем на 6% и достигнет 750 млрд рублей к 2017 году. Основным драйвером развития рынка в трехлетней перспективе будут ИТ-услуги, среднегодовой темп роста которых составит 10% против 2% для телекоммуникационных сервисов. В 2017 году объем рынка ИТ-услуг в России составит 370 млрд руб., телекоммуникационных сервисов в сфере B2B – 380 млрд руб.

Телекоммуникационные сервисы будут расти за счет услуг фиксированной передачи данных. Их рост ожидается на уровне 6,3% в год – с 72 млрд в 2013 году до 92 млрд рублей в 2017 году. Среди услуг фиксированной передачи данных наиболее высокие темпы роста до 2017 года продемонстрируют услуги:

- IP VPN (13,4%),
- Ethernet (24,3%),
- широкополосный доступ (4%).

### Российский рынок телекоммуникационных и ИТ услуг в сегменте B2B, млрд. руб.

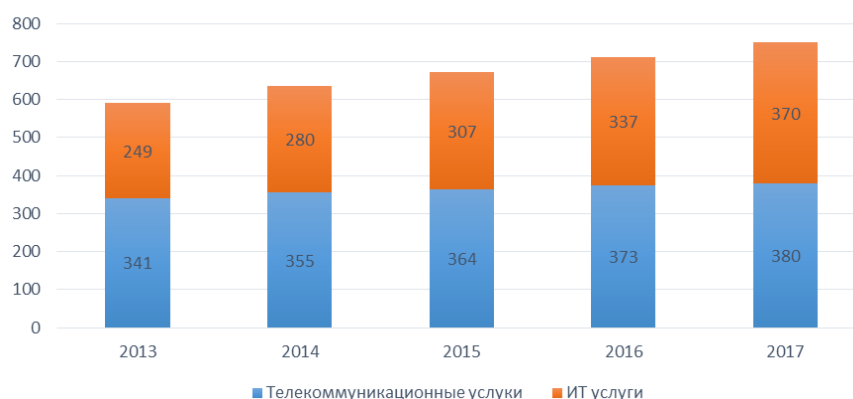


Рис. 1. Российский рынок телекоммуникационных и ИТ услуг в сегменте B2B

Среди драйверов развития рынка ИТ-услуг – аутсорсинг, консалтинговые сервисы и техническая поддержка. Рынок аутсорсинга в России составляет всего 8%, но будет демонстрировать рост в среднем на 17% до 2017 года. Рост спроса на консалтинговые сервисы составит в среднем 12% в год [2].

Исходя из приведенных данных, можем сделать вывод, что ИТ-технологии являются актуальными услугами на современном рынке. Создание новых технологий в этой сфере является перспективным.

#### Литература

1. Бестселлеры ИТ-рынка [Электронный ресурс]. Режим доступа: [https://www.itbestsellers.ru/numbers/index.php?YEAR\\_ID=1069&ID=1074](https://www.itbestsellers.ru/numbers/index.php?YEAR_ID=1069&ID=1074)
2. Воронина Ю. Пакет от телекома [Электронный ресурс] // Российская газета. Режим доступа: <https://rg.ru/2015/01/20/dannie.html>
3. Центр информационной безопасности [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.bezpeka.com/ru/news/2016/01/12/5G-china.html>

УДК 33, 332

*А.С. Савченко, студент*

*О.И. Ковтун, канд. ист. наук, доцент*

*г. Новосибирск, Новосибирский государственный университет экономики и управления*

## АНАЛИЗ МОДЕЛИ РАЗВИТИЯ КАТАРА В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛИЗАЦИИ

Глобализация – это процесс объединения стран: создание единой культуры, формирование общего рыночного пространства и международное разделение труда.

Авторитетное американское издание Global Finance Magazine [13] составило рейтинг самых богатых стран мира за 2016 год на основе данных МВФ и Всемирного банка (за основу взят ВВП стран по ППС), который возглавил Катар (табл. 1). Если бы глобализация не коснулась Катара, то маловероятно, что эта маленькое государство смогло бы достичь таких высот.

Таблица 1

Рейтинг самых богатых стран в 2016 г.

Рейтинг	Страна	Международный доллар <sup>1</sup>
1	Катар	129,726
2	Люксембург	101,936
3	Макао	96,147
4	Сингапур	87,082
5	Бруней	79,71

<sup>1</sup> Международный доллар – условная расчётная денежная единица, применяемая при сравнении макроэкономических показателей разных стран мира.

В период после Второй мировой войны основным занятием коренного населения Катара было рыболовство, животноводство и добыча жемчуга. В стране царили нищета и разруха. Открытие месторождений нефти в 1939 году в Катаре привело к новому периоду экономики, однако только после получения независимости от Великобритании (1971) Катар перестал быть донором для колонизатора.

В 1995 году в результате вооружённого переворота к власти пришёл новый эмир – Хамад бин Халифа Аль Тани, свергнув своего отца Халифа бин Хамада. Причиной тому было недовольство сына по поводу экономического и политического курса своего отца-эмира. После получения власти, Хамад бин Халифа начал полную модернизацию Катара. Самым естественным и правильным решением в данной ситуации является налаживание отношений с другими странами и экспортирование нефти и газа, в связи с чем Катар вошёл в организацию ОПЕК. Стоимость экспорта от нефти и газа составляет 85%, и этот доход правительство страны вкладывает в развитие других отраслей промышленности. Катар стал сотрудничать с такими странами как Китай, Япония, Индия, США, Германия, Южная Корея, Таиланд и пр.

Ниже на рисунке 1 представлено изменение ВВП на душу населения (долл. США) за 1980–2016 годы:

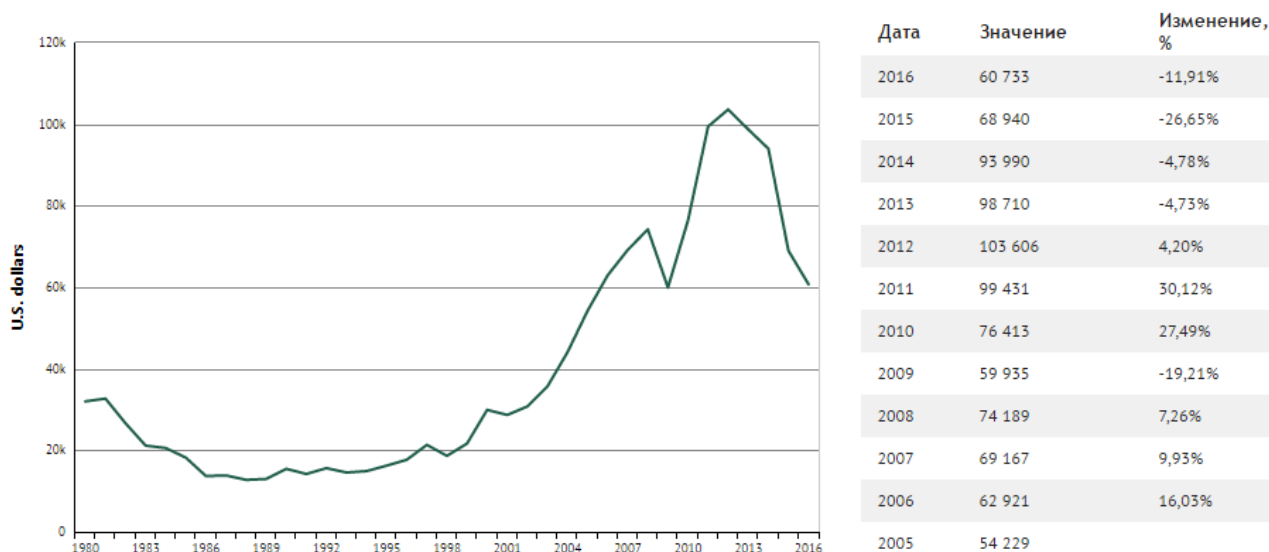


Рис. 1. Изменение ВВП за 1980–2016 гг.

По графику видно, что в 90-х годах XX века начался рост ВВП на душу населения, что связано с изменением курса экономики. В 2009 году был резкий скачок вниз, что скорее всего связано с мировым экономическим кризисом. С 2014 года наблюдается спад, что можно объяснить «снижением объёма экспорта СПГ (сжиженный природный газ) со стороны Катара в 2014 г. на 2,1% по сравнению с показателями 2013 г. Доля Катара в структуре мирового потребления СПГ снизилась с 32,9% до 31,9%» [1].

С началом экспорта нефти и газа последовали миграционные потоки рабочей силы (в основном из соседних стран). И если в 50-е годы XX века численность населения Катара насчитывало менее 30 000 человек, то на сегодняшний день она превышает отметку в 2,2 млн (см. рис. 2) [12].

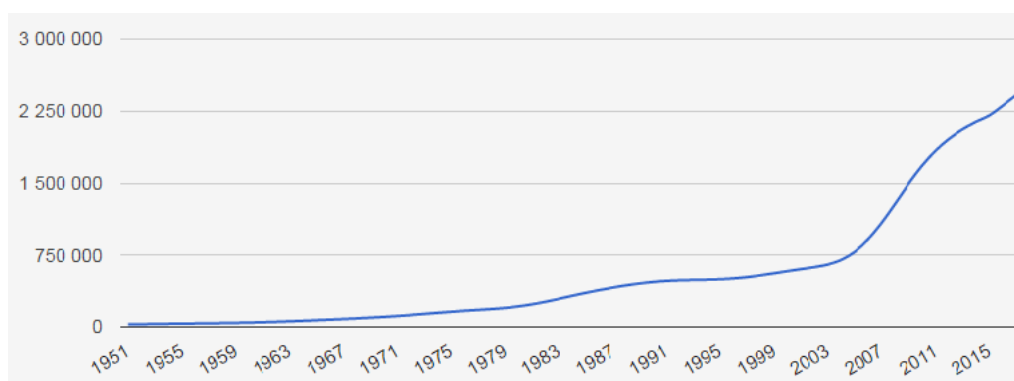


Рис. 2. Численность населения Катара (1951–2017)

В связи с ростом численности населения правительству пришлось создать новые институты для улучшения жизненного уровня населения и им это удалось. Если посмотреть рейтинг стран по индексу человеческого развития (ИЧР) за 2015 год, то можно увидеть, что Катар находится на 32 месте с отметкой 0,850 [4]. По уровню продолжительности жизни, Катар занимает 39 место с отметкой 78,2 [5]. Это очень высокие показатели.

Государственной религией всё так же остаётся ислам (около 78%), поэтому правила поведения довольно строгие. Женщины продолжают носить длинные одеяния, однако можно встретить и много молодых девушек в европейской одежде. Женскому полу также разрешено участвовать в политической жизни и водить автомобиль. Жителям запрещено надевать купальники и загорать, несмотря на жару в +55 градусов. Ранее алкоголь был тоже под запретом, но сегодня его можно купить в ресторанах и отелях, имеющих на это лицензию.

Началось развитие системы образования, являющегося бесплатным на всех ступенях, а начальная школа является обязательной для всех детей. Девочки и мальчики учатся раздельно в силу восточных традиций, однако в частных школах это условие не обязательно. Частные учебные заведения имеют поддержку от государства: им предоставляются бесплатные учебники, электричество, вода и услуги здравоохранения. На рисунке 3 представлена информация о финансировании развития образования до 2013 года [8].

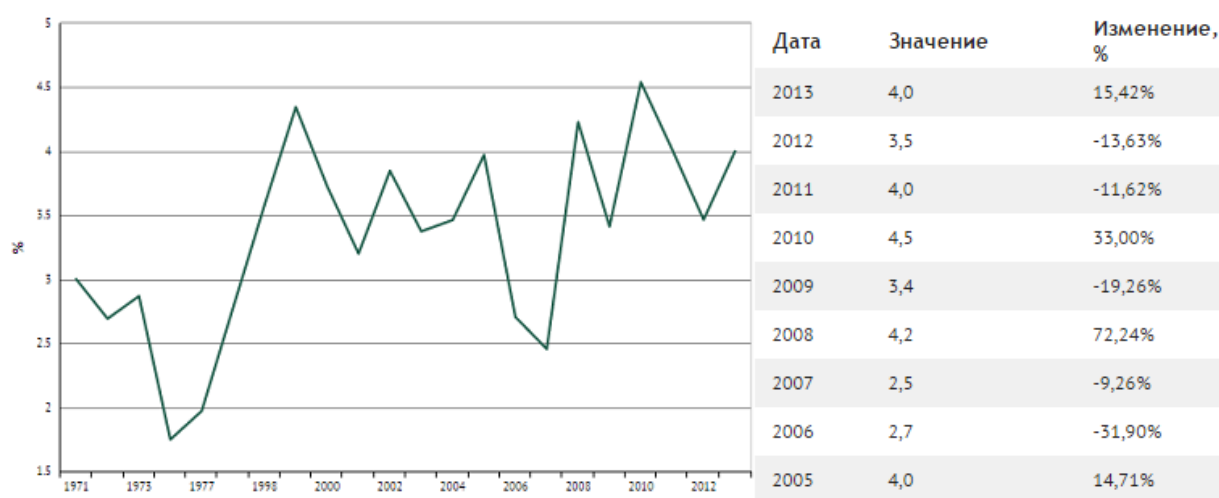


Рис. 3. Государственные расходы на образование, % от ВВП

Динамично развиваются также система здравоохранения. Для учёных созданы все условия для проведения исследований в области фармацевтики и медицины, множество инновационных идей имеют возможность реализации, что, несомненно, делает Катар привлекательной для учёных различных областей. Первичная медицинская помощь является бесплатной, как и образование. Дальнейшее медицинское обслуживание является довольно дорогим, но не для местных жителей. Динамика расходов на здравоохранение представлена на рисунке 4 до 2013 г. [9]:

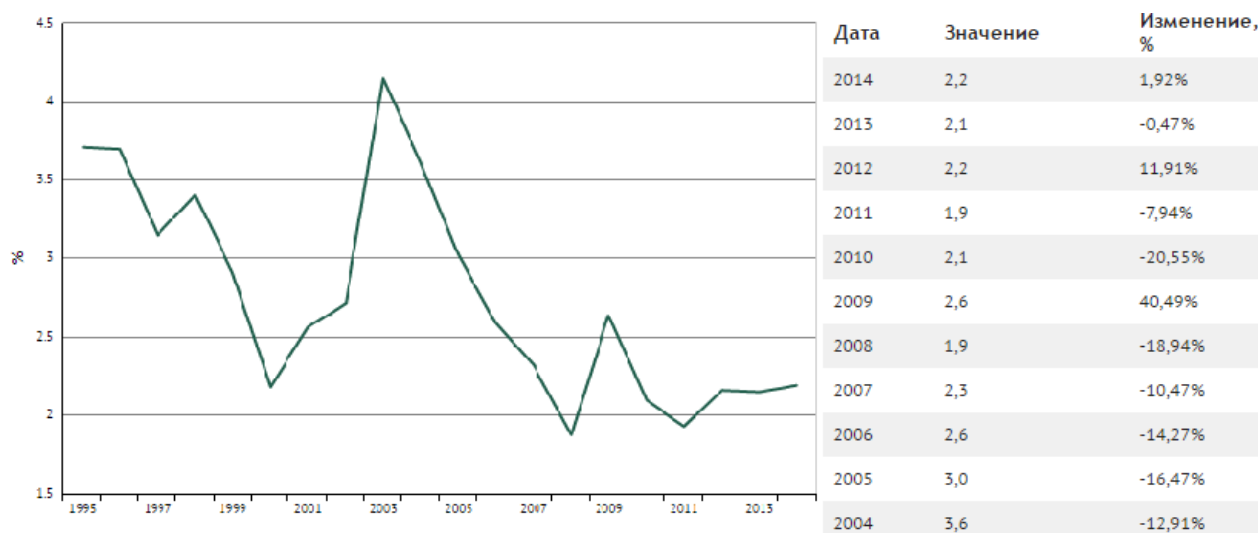


Рис. 4. Общие расходы на здравоохранение, % от ВВП



Самое интересное, что Катар является одной из самых безопасных стран: во многих арабских странах происходит множество терактов, когда как в Катаре никогда не было насилия и беспорядков. Это связано с высоким уровнем жизни населения. Вполне естественно, что уровень безработицы здесь самый низкий. Ниже представлен рисунок 5 [7], на котором можно проследить за динамикой уровня безработицы за 2006–2015 годы.

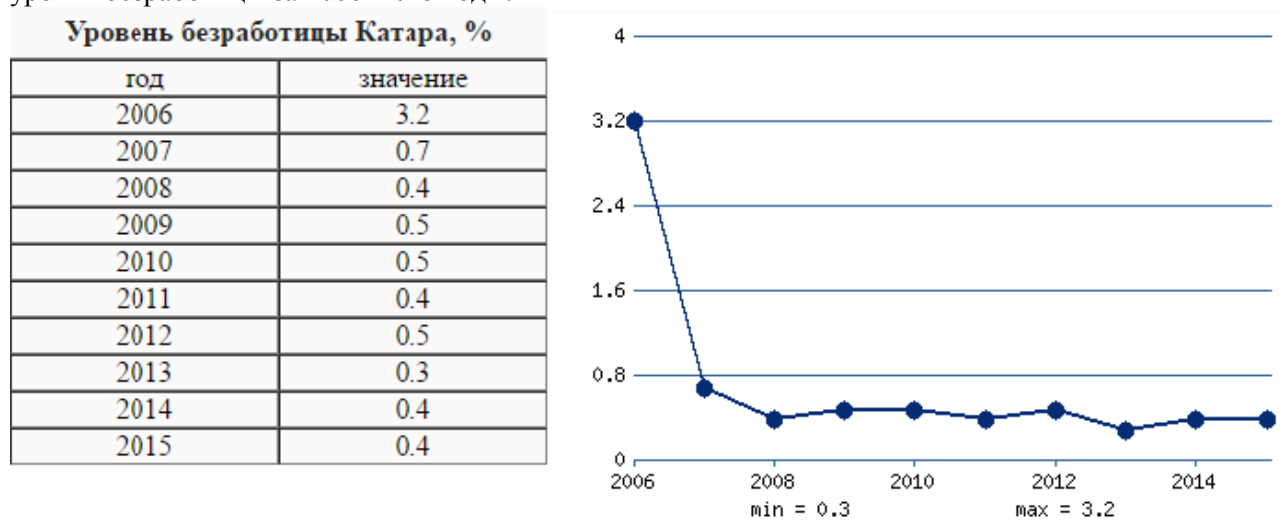


Рис. 5. Уровень безработицы за 2006–2015 гг.

В Катаре мало источников питьевой воды, так как основную часть территории составляют пустыни. На данный момент в стране действуют крупные заводы по очистке морской воды от соли. Пресная вода поступает по трубопроводам в дома, используется для орошения полей. Правительство помогает земледельцам повысить урожай овощей, фруктов и зерновых культур, обеспечивая их бесплатными семенами, пестицидами и удобрениями.

Основой государственной политики является развитие свободной экономики с гарантированными правами населения на труд, частную собственность и капиталы. Если раньше мигрантам было запрещено иметь недвижимость, то сегодня на многие районы этот запрет не распространяется.

В Катаре отсутствует подоходный налог, и в целом налоговые ставки одни из самых низких в мире: граждане Катара обязаны платить 5%-й налог на социальные нужды, а корпоративный налог составляет 10%. Импортные товары облагаются налогом в 5% [2].

В 2010 году (мировой финансовый кризис) катарские власти защитили местный банковский сектор путем осуществления прямых инвестиций в местные банковско-финансовые структуры. Так же Катар активно инвестирует в другие страны. Например, в 2015 году Суверенный фонд Катара планировал вложить в экономику США в течение 5 лет 35 млрд долл. В декабре 2016 года Суверенный фонд Катара приобрёл 19,5% акций Роснефти, а в январе этого года стало известно о вложении Катара в Россию (в аэропорт Санкт-Петербурга совместно с банком ВТБ через Российский фонд прямых инвестиции) 2 млрд долл. Таким образом, самое богатое государство заняло 14 место по размеру активов.

3 июня 2016 года был проведён Российско-катарский экономический форум, где был подписан меморандум о создании инвестиционного фонда «Gulf-Russian business center», целью которого является выстраивание деловых отношений между предпринимателями из России и их коллегами из стран Персидского залива. Для реализации этой цели ставятся такие задачи, как создание взаимовыгодных бизнес-проектов, увеличение объёмов торговли между странами и оказание помощи друг другу.

«Фонд также ставит перед собой задачи открытия принципиально новых рынков для российских товаров и технологий, а также привлечения инвестиций в Россию», — заявил исполнительный директор Российско-Катарского делового совета Григорий Горчаков во время проведения экономического форума [10].

На сегодняшний момент можно сделать прогнозы, что к 2022 году численность населения страны увеличится примерно на 200 000 человек. Чемпионат мира 2022 окажет серьезное влияние на экономическое развитие страны в целом, повысится ее инвестиционная привлекательность, произойдет улучшение инфраструктуры. Планируется построить новые стадионы и отели. Подготовка уже идёт полным ходом, поэтому темп роста несырьевой экономики Катара уже увеличился на 8,9%.

В мае 2017 года, в городе Казани состоится «Бизнес-Диалог: «Россия-Катар», целью которого является укрепление торгово-экономических связей России и Катара, а также возможность обмена опытом, особенно в вопросе подготовки и проведения чемпионата мира по футболу 2018 и 2022 годов.

Российско-Катарский деловой союз является выгодным для обеих стран. Для Катара Россия – главный поставщик продовольственных товаров, так как сельское хозяйство слабо развито в арабских странах в силу климата. Для России Катар – открытие новых рынков, получение инвестиций и продвижение своих экономических интересов. С учётом вышесказанного, для российской экономики такой опыт устойчивого несырьевого развития очень важен.

#### Литература

1. Катар утратил часть рынка СПГ [Электронный ресурс] // Вести. URL: <http://www.vestifinance.ru/articles/55756> (дата обращения: 28.03.2017).
2. 8 стран, где не надо платить подоходный налог [Электронный ресурс] // Вести. URL: <http://www.vestifinance.ru/articles/15656> (дата обращения: 29.03.2017).
3. Григорьев Е.А., Варакса А.М. Мировая экономика и международные экономические отношения: учебник. Новосибирск: Сибир. гос. унив. водн. трансп.; Новосибирская государственная академия водного транспорта, 2016. – 259 с.
4. Индекс развития человеческого потенциала [Электронный ресурс] // Гуманитарные технологии: информационно-аналитический портал. URL: <http://gtmarket.ru/ratings/human-development-index/human-development-index-info#qatar> (дата обращения: 21.03.2017).
5. Рейтинг стран по уровню продолжительности жизни [Электронный ресурс] // Гуманитарные технологии: информационно-аналитический портал. URL: <http://gtmarket.ru/ratings/life-expectancy-index/life-expectancy-index-info#qatar> (дата обращения: 21.03.2017).
6. Медицина и здравоохранение стран Персидского залива [Электронный ресурс] // Медицинская информационная сеть. URL: <http://www.medicinform.net/medmir/pers.htm> (дата обращения: 21.03.2017).
7. Уровень безработицы Катара [Электронный ресурс] // Ereport.ru Мировая экономика. URL: <http://www.ereport.ru/stat.php?razdel=country&count=qatar&table=ueesia> (дата обращения: 28.03.2017).
8. Qatar – Финансирование образования [Электронный ресурс] // Мировой атлас данных. URL: <http://knoema.ru/atlas/Qatar/topics/Образование/Финансирование-образования/Государственные-расходы-на-образование-percent-от-ВВП/> (дата обращения: 29.03.2017).
9. Qatar – Расходы на здравоохранение [Электронный ресурс] // Мировой атлас данных. URL: <http://knoema.ru/atlas/Qatar/topics/Здравоохранение/Расходы-на-здравоохранение/Расходы-на-здравоохранение-percent-от-ВВП/> (дата обращения: 29.03.2017).
10. Российско-катарский бизнес вышел на новый уровень [Электронный ресурс] / Российско-Катарский Деловой Совет. URL: <http://russia-qatar.ru/rossijsko-katarskij-biznes-vyshel-na-novyy-uroven/> (дата обращения: 29.03.2017).
11. Экономика Катара [Электронный ресурс] / Российско-Катарский Деловой Совет. URL: <http://russia-qatar.ru/ekonomika-katara/> (дата обращения: 20.03.2017).
12. Население Катара [Электронный ресурс] // Счётчик населения Countrymeters. URL: <http://countrymeters.info/ru/Qatar> (дата обращения: 20.03.2017).
13. The richest countries in the World [Электронный ресурс] / Global Finance. URL: <https://www.gfmag.com/global-data/economic-data/richest-countries-in-the-world?page=12> (дата обращения: 27.09.2017).
14. Катар инвестирует в Россию два миллиарда долларов [Электронный ресурс] // Lenta.ru. URL: <https://lenta.ru/news/2017/01/25/qatarinvest/> (дата обращения: 21.03.2017).

УДК 338.2

**О.М. Садрттинова, студент**

*Научный руководитель: И.В. Кузнецова, канд экон. наук, доцент  
г. Саратов, Институт развития бизнеса и стратегий Саратовского государственного  
технического университета им. Гагарина Ю.А.*

## ПУТИ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННОГО ПОТЕНЦИАЛА ПРЕДПРИЯТИЯ

Под производственным потенциалом предприятия понимают максимальный объем выпускаемой продукции, который экономическая система (страна, предприятие, компания) может производить при определенном объеме факторов: земля, труд, капитал, уровень технологического процесса и система организации производства.

Главной задачей производственного потенциала является изготовление продукции, т.е. ее воспроизводство. Производственному потенциалу, для того чтобы он осуществлял этот непрерывный и постоянно возобновляющийся процесс, нужно самому постоянно воспроизводиться. На практике, способность к самовоспроизводству у потенциала подтверждается рядом направлений:

- системой ремонтов;
- обновлением производственных фондов предприятия [1, с. 36].

Характерные признаки, которыми обладает производственный потенциал предприятия, представлены на рисунке 1.

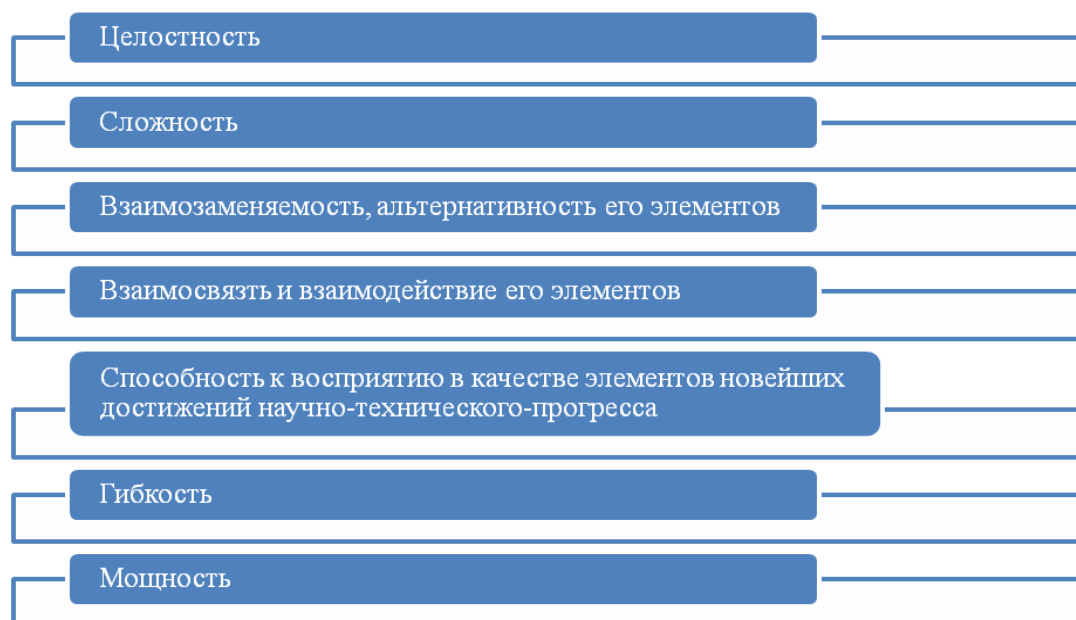
Признак целостности предполагает, что у предприятия есть одна общая цель, которой и должны следовать все составляющие производственного потенциала.

Признак сложности проявляется в том, что каждый из составляющих элементов производственного потенциала, представляет собой совокупность отдельных частей.

Следуя признаку взаимозаменяемости (альтернативности) элементов производственного потенциала предприятия можно путем использования нового оборудования, новых технологий, информационных ресурсов и способов организации управления, можно сберечь производственные ресурсы.

Качественную и количественную взаимосвязь, которая выражена мерой соответствия и соотношения личных, вещественных и неличных факторов производства, можно представить в качестве признака взаимосвязи и взаимодействия составляющих производственного потенциала предприятия.

Экономическая система должна иметь способность воспринимать, в качестве элементов производственного потенциала новейшие достижения научно-технического прогресса. Она должна развиваться, систематически используя новые идеи технологического характера.



**Рис. 1. Характерные признаки производственного потенциала предприятия**

Возможность у предприятия переориентировать свою производственную систему на выпуск новой продукции, при этом используя альтернативные виды материалов, но при этом основательно не менять его материально-техническую базу, все это относится к признаку гибкости экономической системы [2, с. 45].

Под масштабом и структурой производственного потенциала предприятия понимается классовый характер. Отсюда следует, что цели модернизации производства заключаются в желании капитала любым способом избежать социальные проблемы, постоянно получать сверхприбыль и разработать эффективный способ, которым можно управлять рабочим классом и «бороться» с профсоюзами.

Количественная оценка производительной способности производственного потенциала предприятия определяется как мощность. Если она будет объективно оценена, мощность сможет показать конкретно на каком месте в отраслевом и народно-хозяйственном потенциалах стоит предприятие в хозяйственном подразделении. Мощность служит определенным связующим звеном между различными видами потенциалов.

Данные особенности входят в ряд факторов напрямую влияющих на производственный потенциал предприятия.

Производственный персонал предприятия является первым из факторов, которые влияют на производственный потенциал. Он приводит в движение само материальное производство. Производственный персонал может несколькими способами воздействовать на производственный потенциал

предприятия, к этим способам можно отнести непосредственное воздействие персонала на предметы труда и средства производства, с целью, выработки продукции.

Второй путь, которым персонал может воздействовать на производственный потенциал является формирование потребностей, которые стимулируют развитие предприятия на новом основании. В данном случае человек служит основой производственного процесса.

В результате исследования путей воздействия на производственный потенциал, определились задачи, с помощью которых можно повысить эффективность производственного персонала. К таким задачам относят:

- эффективное управление в условиях рынка;
- способность создавать благоприятный социально-психологический климат на предприятии;
- способность к совершенствованию мотивации труда;
- способность к совершенствованию управления предприятия и его организационной структуры;
- способность к созданию корпоративной структуры.

Способность эффективного управления в условиях рынка предполагает умение руководства уметь быстро принимать правильные решения на основе информации, которой они обладают, реагируя на изменения в окружающей обстановке [3, с. 89].

Способность создавать благоприятный социально-психологический климат на предприятии включает в себя совокупность мероприятий, направленных на поддержание в коллективе спокойной, не напряженной и дружелюбной обстановки. Это можно осуществить с помощью проведения массовых мероприятий на предприятии, штатный психолог, помогающий решить возникшие проблемы, совместные праздники и т.д.

К задачам совершенствования мотивации труда относятся материальные и не материальные поощрения, которые бы поспособствовали улучшению производительности труда. В качестве поощрений можно выделить: премии за переработку, похвала, премия за качественно выполненную работу, признание лучшим работников года и т.д.

Способность к совершенствованию управления предприятием и его организационной структурой предполагает необходимость применения новых методов управления, как для одного человека, так и для всей политики управления предприятием в целом. В налаживании производства, важную роль играют не только методы управления. Автоматизированная система обработки поступающей в организацию информации выступает в качестве одной из важнейших сторон. Но сама обработка этой информации должна быть оперативной, своевременной и достоверной [4, с. 126].

Способность к созданию корпоративной структуры осуществляется посредством выявления собственного стиля предприятия, того как предприятие будет позиционировать свою манеру поведения на рынке.

Для осуществления анализа структуры кадров выявляется и сравнивается удельный вес каждой категории работников среднесписочной численности персонала предприятия. Определяется и анализируется структура кадров по каждому отделу, аналогично рассматривается по таким признакам как: возрасту, полу, уровню образования и т.д. Аналогичным методом улучшения производительности труда, рассматривается соответствие между работником и занимаемым им местом.

Второй фактор, который влияет на производственный потенциал предприятия – это способность к реорганизации управления предприятием. Реорганизация строится на определенных принципах, которые предприятию необходимо придерживаться, для оперативного и качественного выполнения реализуемой стратегии и достижения генеральной цели [5, с. 72].

Для соблюдения этого фактора применяется ряд определенных признаков.

1. Все работники должны знать цель своей работы. Этот принцип предполагает, что человек качественней и оперативней выполняет свою работу, при условии, что он точно знает, что от него требуется и для чего это нужно.

2. Принцип единоначалия. У сотрудника должен быть один руководитель. При условии соблюдения этого признака подчиненный выполняет только свои обязанности. Если же начальников будет больше, ему придется выполнять и работу, которая не соответствует его профилю, также он будет путаться, выбирая приоритетность поставленных перед ним задач разными руководителями.

3. Прозрачность организации производства. Согласно этому признаку предприятию необходимо соблюдать открытую политику, т.е. на предприятии не должно быть тайн, лишь четкие указания и поставленные задачи.

4. Компетентные в своей сфере ответственные лица. На каждом из участков работы должны присутствовать ответственные лица, принимающие окончательные решения в сфере своей компетенции.

ции. Этот принцип является одним из самых важных, так как лишь человек, который наделен полномочиями в определенной области и имеющий соответствующее образование корректно оценивает обстановку и принимает правильные решения [6, с. 117].

Исходя из всего выше перечисленного, можно выделить, что производственный потенциал представляет собой большую систему, нуждающуюся в жестком контроле, для ее эффективного функционирования с максимальной отдачей.

#### Литература

1. Жулина Е.Г. Конкурентоспособность организации: факторы и проблемы управления / Е.Г. Жулина, Т.Л. Мягкова // Фундаментальные и прикладные исследования кооперативного сектора экономики. – 2016. – № 5. – С. 34–37.
2. Кузнецова И.В. Современное состояние и перспективы развития инновационной деятельности на предприятиях России / Кузнецова И.В. // Экономика и социум: проблемы и перспективы взаимодействия: Материалы III Всероссийской научно-практической конференции (Саратов, 26 февраля 2016 г.). – Саратов: ООО «ИИРПК», 2016. – С. 44–47.
3. Менеджмент инновационного развития бизнеса в информационном обществе России: социально-экономические аспекты: коллективная монография / В.В. Даньшина, Е.Г. Жулина, Ю.В. Баурова и др. – Саратов: Саратовский государственный технический университет имени Гагарина Ю.А., 2016.
4. Модернизация современной экономики России: некоторые аспекты теории, методологии и практики: колл. монография / Е.А. Юрманова, Е.Г. Жулина, Р.К. Аблязов и др.; отв. ред. О.Б. Мизякина, Т.Л. Мягкова. – Саратов: ООО «Буква», 2014.
5. Развитие систем управления инновационными стратегиями бизнеса в экономике России: коллективная монография / Е.А. Кряквина, Е.Г. Жулина, Н.А. Воронина и др.; под ред. д-ра экон. наук, проф. Е.Г. Жулиной. – Саратов: ИИРПК, 2017. – 163 с.
6. Хачатрян Г.А. Основы менеджмента: Учеб. пособие / Г.А. Хачатрян. – Саратов: Амирит, 2017. – 294 с.

УДК 339.137

**Э.Р. Сайфулина, студент**

*Научный руководитель: М.К. Малышева, ст. преподаватель  
г. Нижневартовск, Нижневартовский государственный университет*

## АЛГОРИТМ РАЗРАБОТКИ СТРАТЕГИИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ТОРГОВОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

За последние десятилетия, значение стратегии обеспечения конкурентоспособности, позволяющей организации в долгосрочной перспективе занимать лидирующие позиции относительно конкурентов, выросло многократно. Все организации, находящиеся в условиях жесткой конкуренции, должны концентрировать свое внимание не только на повышении внутренней эффективности, но и формировать стратегию поведения на конкурентном рынке в долгосрочной перспективе с учетом изменений, происходящих на рынке [1, с. 39].

Необходимо, чтобы стратегия конкурентоспособности в организации отвечала трем основным подходам: процессный, маркетинговый и поведенческий. На базе этих подходов был сформирован алгоритм разработки стратегии конкурентоспособности (рисунок 3), который состоит из пяти основных этапов:

- подготовительный этап;
- формирование стратегии;
- анализа данных;
- разработка стратегии;
- реализация стратегии.

Подготовительный этап состоит из выбора рынков, на которых будет производиться деятельность, оценка их привлекательности и определение основных игроков этих рынков. При выборе рынка, на котором будет производиться деятельность, необходимо изучить не только традиционный офлайн рынок, но и онлайн рынок, который набирает стремительные обороты с каждым годом. В зависимости от специфики продукта и торговой организации, офлайн и онлайн рынок может быть логическим продолжением друг друга, выполнять взаимодополняющую функцию. Но так же, они могут кардинально отличаться: иметь разную целевую аудиторию, соответственно и разные торговые предложения. Эти нюансы необходимо учитывать. В свою очередь офлайн рынок может разделяться на фирменные и нефирменные магазины.

Фирменные магазины – это торговые организации любой организационно-правовой формы, занимающиеся розничной торговлей различными товарами определенной номенклатуры, соответствующими производственному профилю ее учредителей, поставщиков. Фирменный магазин организует образцовую торговлю и сервисное обслуживание товаров своей номенклатуры. Они должны иметь фирменное наименование, фирменный знак, фирменную упаковку для продаваемых товаров, фирменную одежду для своих работников, выполненную в едином стиле с рекламным оформлением.

Нефирменные магазины – торговые организации любой организационно-правовой формы, занимающиеся розничной торговлей различными товарами. Нефирменный магазин может не иметь собственного наименования, фирменного знака, фирменной упаковки, фирменного стиля.

Их следует изучать отдельно друг от друга, так как каждый из этих магазинов привлекает разную целевую аудиторию, соответственно необходимы разные подходы к торговой деятельности.

Он-лайн рынок необходимо так же изучать в двух направлениях. Одно из них – это веб-сайты организаций. Потребители могут выйти на сайт организации по прямой ссылке, либо через поисковые системы. Необходимо изучить сайты организаций, которые можно найти в поисковых системах по ключевым словам.

Другим активно развивающимся направлением он-лайн рынка являются группы организаций в социальных сетях. На страницах социальных сетей сосредоточена, в основном, активная аудитория с высокой покупательской способностью, что создает условия для развития бизнеса и в этом направлении, используя все ресурсы продвижения и прямого контакта с потребителем.

Этап формирования стратегии включает в себя определение основных, наиболее важных критериев оценки рынка. Выбор критериев основывается на методике «4Р» (рисунок 1), которая сводится к сравнительному анализу организации и организаций-конкурентов по факторам: продукт, цена, продвижение на рынке и каналы сбыта [2, с. 23].



Рис. 1. Элементы комплекса маркетинга «4Р» [4]

Далее необходимо выявить потребности клиентов с помощью опроса и произвести оценку текущего состояния конкурентов по выбранным критериям. Также необходимо провести оценку конкурентов по выбранным критериям, для этого можно использовать многоугольник конкурентоспособности (рис. 2), который наглядно поможет увидеть, на каком уровне находится конкурент по тому или иному критерию [3, с. 46].



Рис. 2. Многоугольник конкурентоспособности [5]



**Рис. 3. Алгоритм разработки стратегии конкурентоспособности торговой организации**

Этап анализа данных состоит из обработки полученной информации и выявления основных показателей, на основе которых будет происходить разработка стратегии.

На этапе разработки происходит выбор конкурентной стратегии, он зависит не только от результатов, полученных во время формирования стратегии и анализа рынка, но и от ресурсов которыми обладает организация. Выбор стратегии происходит по классификации конкурентных стратегия Майкла Портера. В основу матрицы конкурентных стратегий Портера заложено 2 параметра: размер

рынка и тип конкурентного преимущества, на основе этих параметров и выбирается стратегия конкурентоспособности, после чего разрабатывается план действий по повышению конкурентоспособности торговой организации на рынке [3, с. 67].

На этапе внедрения стратегии происходит апробация и непосредственная реализация плана действий в торговый процесс. Эта стадия является наиболее ответственной и сложной, требует вложений максимальных усилий и средств. Если по каким-либо причинам стратегия не может удовлетворять требования конкурентного рынка, то организации необходимо пересмотреть свои цели и вернуться к началу алгоритма разработки конкурентоспособности. Если организация имеет все необходимые ресурсы для реализации стратегии, а цели остались неизменными, тогда необходимо переходить к этапу реализации стратегии конкурентоспособности [1, с. 112].

Используя предложенный алгоритм разработки стратегии конкурентоспособности, торговая организация сможет выбрать наиболее эффективную стратегию, а, следовательно, и составить правильный план действий с учетом требований потребителей и ситуации на рынке, что позволит организации занять лидирующие позиции на конкурентном рынке.

#### Литература

1. Волкова, Н. Конкурентоспособность предпринимательских структур / Н. Волкова. – М.: LAP Lambert Academic Publishing, 2013. – 176 с.
2. Квасникова, В.В. Конкурентоспособность товаров и организаций: Практикум / В.В. Квасникова, О.Н. Жучкевич. – М.: Инфра-М; Новое знание, 2013. – 192 с.
3. Парамонова, Т.Н. Конкурентоспособность предприятия розничной торговли / Т.Н. Парамонова, И.Н. Красюк. – М.: КноРус, 2016. – 120 с.
4. Общие ресурсы по маркетингу: сайт Павла Шуднева [Электронный ресурс]. 2012. URL: <http://getclientsnow.ru/4p-marketinga/> (дата обращения: 01.04.2017).
5. Энциклопедия по экономике [Электронный ресурс]. 2014. URL: <http://www.grandars.ru/college/ekonomika-firmy/ocenka-konkurentosposobnosti-predpriyatiya.html> (дата обращения: 28.03.2017).

УДК 334

**Э.Р. Сайфулина, студент**

*Научный руководитель: М.К. Малышева, ст. преподаватель  
г. Нижневартовск, Нижневартовский государственный университет*

## ФРАНЧАЙЗИНГ КАК ИНСТРУМЕНТ ПРОДВИЖЕНИЯ ИННОВАЦИЙ (НА ПРИМЕРЕ КОМПАНИИ «ДОДО ПИЦЦА»)

На сегодняшний день любая успешная компания не представляет свою деятельность без инновационного менеджмента. Инновационный менеджмент представляет собой совокупность систем инновационного управления, инновационных процессов и отношений, которые возникают в процессе инновационного движения.

К инновациям можно отнести все нововведения, нашедшие свое применение в компании и приносящие ему измеримую экономическую выгоду. По этой причине под инновацией понимается не только появление на рынке нового товара, но и ряд других новшеств.

В современных условиях устойчивое существование компании становится возможным только при ее своевременной адаптации к изменяющимся условиям рынка. Именно этот факт берется за основу при решении стратегических задач, создании и развитии инноваций в компании. В зарубежной литературе решение комплекса стратегических задач получило название инжиниринг. По своей сути инжиниринг является совокупностью инженерно-консультационных услуг по формированию новых объектов и крупных проектов. Сама по себе инжиниринговая деятельность может осуществляться как самой организацией, так и разнообразными инжиниринговыми консультационными компаниями.

Инжиниринг инноваций является совокупностью выполненных работ по формированию инновационного проекта, которые включает в себя такие этапы, как создание, осуществление и продвижение определенного новшества [1, с. 46].

Он включает в себя два кардинально разных подхода:

- усовершенствование;
- реинжиниринг.

Реинжиниринг является одним из разновидностей инжиниринга.



Впервые понятие «реинжиниринг» ввел американский ученый М. Хамлер. Он дал ему такое определение: «Реинжиниринг – это фундаментальное переосмысление и радикальное перепроектирование деловых процессов для достижения резких, скачкообразных улучшений современных показателей деятельности компаний, таких как стоимость, качество, сервис и темпы».

Следовательно, задачи реинжиниринга соответствуют задачам самих инноваций: создание инноваций для обеспечения конкурентоспособности товара и соответственно устойчивое существование компании на рынке [2, с. 67].

Проект реинжиниринга деловых процессов содержит в себе следующие этапы [2, с. 81]:

1. Создание видения организации в будущем. Этот этап подразумевает построение картины того, каким образом необходимо развивать компанию для достижения поставленных целей.

2. Анализ существующих бизнес-процессов компании подразумевает проведение исследования ее внутренних процессов и создание схем работ этих процессов в настоящий период времени. На этом этапе имеет смысл провести бенч-маркинг фирм-конкурентов.

3. Создание новых бизнес-процессов – разработка новых, изменение прошлых процессов, создание поддерживающей информационной базы, тестирование новых процессов.

4. Внедрение новых бизнес-процессов.

Бенч-маркинг – это изучение и анализ деятельности фирм-конкурентов, использование их положительного опыта в налаживании своих рабочих процессов. Он содержит в себе совокупность средств, которые позволяют найти, оценить все положительные стороны конкурентов и использовать их в своем бизнесе [2, с. 126].

По своей сути бенч-маркинг направлен на изучение бизнеса изнутри. Относительно инноваций бенч-маркинг дает возможность изучить бизнес фирм-конкурентов с целью выяснить основные положения для создания собственной инновационной системы.

Также следует обратить внимание на значение информационных технологий в реинжиниринге, так как перестроение бизнес-процессов становится реальным благодаря этим технологиям.

После эффективно проведенного реинжиниринга бизнес-процессов, компания, благодаря инновационному подходу к управлению своими процессами, может существенно улучшить такие показатели, как стоимость, качество, сервис и темпы. Соответственно будет выгодно отличаться от своих конкурентов.

Имея показатели выше, чем у конкурентов и инновационный подход к управлению процессами, имеет смысл расширять рынки сбыта. В зависимости от масштабов бизнеса, времени существования, история развития и многих других факторов, предприятие выбирает каким образом будет происходить расширение. Одним из наиболее удачных методов исследователи называют развитие франчайзинговой сети.

Франчайзинг – это такая разновидность организации бизнеса, при котором компания (франчайзер), дает возможность предпринимателю или компании (франчайзи), продавать продукт или услугу от его имени (от имени франчайзера). При этом компания-франчайзи должна предоставлять услугу или продукт по конкретно оговоренным правилам, которые и устанавливает сам франчайзер. Благодаря этому договору и выполнению этих правил (условий), франчайзи получает возможность использования технологий, наработок, механизмы взаимодействия и поддержки, логотип, имя компании, ее репутацию и товарный знак. При этом, франчайзи не является полным владельцем товарного знака. Чтобы получить подобное право на использование, франчайзи должен внести первоначальный взнос франчайзеру, после чего, ежемесячно выплачивать взносы. До тех пор, пока франчайзи выплачивает взнос – он имеет право использовать товарный знак. Суммы взносов обсуждаются и оговариваются в контракте (франчайзинговый договор). Полная организация всех бизнес-процессов (франчайзинговый пакет или франчайзинговая система), дает возможность начать успешный бизнес даже без опыта или специальных знаний [3, с. 6].

Выделим основные преимущества расширения рынков сбыта с помощью франчайзинга:

- франчайзи ежемесячно выплачивают роялти за поддержку и предоставление оговоренных услуг, что приносит франчайзи дополнительный доход;
- с помощью франчайзинга открываются возможности быстрого расширения на новых рынках и укрепления позиций франчайзера на существующем рынке;
- чем больший охват имеет франчайзер на рынке, тем больше количество потребителей имеет возможность познакомиться с товаром, что приводит к повышению уровня продаж и увеличению выручки в каждой франчайзинговой точке.

Рассмотрим эффектный пример реинжиниринга и последующего расширения рынка сбыта при помощи франчайзинга на примере международной сети пиццерий «Додо пицца».

В начале своего пути компания «Додо Пицца» не стала идти по стандартной схеме ведения подобного бизнеса, ведь местный рынок ограничен, а количество конкурентов растет. Компания решила сделать ставку на информационные технологии, которые обеспечили доступ к созданию единой системы управления производством. На сегодняшний день компания «Додо Пицца» продает свои франшизы по всему миру.

Основатель «Додо Пиццы» Федор Овчинников начал анализ отрасли бизнеса с бенч-маркинга. Будущий бизнесмен начал свою деятельность с работы в качестве служащего в четырех ресторанах, занимающих лидирующие позиции в сфере быстрого питания в городе Санкт-Петербурге. Полученный опыт лег в основу собственного свода правил, которые определили высокие стандарты качества новой сети и принципы ее работы.

Для того чтобы применить свои знания на практике, Федор использовал современные информационные технологии, с помощью которых смог организовать метод управления бизнесом, который отвечает за такие функции как прием заказов, распределение по сети производств, процесс приготовления пиццы и доставка. А объединяет все эти бизнес-процессы единая информационная система – Dodo IS [4, с. 21].

При поступлении заказа через мобильное приложение, сайт или колл-центр Dodo IS мгновенно отправляет его на ближайшую к заказчику производственную площадку. Сотрудники кухни получают его через специальное приложение на свои планшеты и отмечают затем каждый этап приготовления пиццы, вплоть до времени ее отправки клиенту, доставки и оплаты. Система обеспечивает четкое соблюдение стандарта обслуживания: не более одного часа на доставку готового заказа. И это требование обязательно для всех ресторанов сети.

Приложение может использоваться и менеджерами кухни для решения организационных задач: управления персоналом, ведения графика работы сотрудников, складского учета, анализа работы предприятия. Также менеджер имеет возможность сравнить показатели своего заведения с теми, что демонстрируют соседствующие фирмы, и принять меры: лучшие пиццерии сети поощряются. Лидеров определяет руководство компании «Додо Пицца» при помощи все той же информационной системы.

Система позволяет проанализировать спрос и выявить предпочтения покупателей, что ложится в основу выстраивания календаря изменений меню и системы работы с поставщиками продукции. Если закупки ингредиентов у нового поставщика приведут к смене вкуса пиццы и снижению ее популярности, то от ее производства «Додо Пицца» откажется: спрос важнее. Такая выборка продуктов по популярности происходит один раз в полгода [4, с. 116].

Современные технологии дали «Додо Пицце» возможность легко совершить следующий шаг в развитии. Завоевав, благодаря отличной работе, популярность, компания создала сеть франчайзи, обеспечив партнером проверенным инструментом.

Dodo IS – не только информационная система, интегрированная с клиентским веб-сайтом и мобильными приложениями, это еще и сервис, базирующийся в облаке Microsoft Azure, доступ к которому может быть расширен для огромного числа пользователей. Ими становятся новые участники франчайзинговой сети. Для них Dodo IS – SaaS-сервис, доступный через мобильное приложение или веб-браузер компьютера. Он обеспечивает подключение к единой сети обработки и выполнения заказов, помогает строго соблюдать соответствие нормам качества производства и обслуживания клиентов, а для самой «Додо Пиццы» – прозрачность бизнеса партнеров и возможность строгого контроля за соблюдением условий франшизы.

«Додо Пицца» – это не только служба доставки еды, но и технологический стартап. Пять лет назад он стал участником программы Microsoft BizSpark, получив бесплатно необходимое программное обеспечение, доступ к облачной платформе Azure и помощь специалистов крупнейшей в мире IT-компании. После завершения разработки IS Dodo система была развернута в частном облаке компании, которое обеспечивает и круглосуточный доступ к ней, и неограниченные возможности масштабирования [4, с. 203].

В «Додо Пицце» работают не только повара и специалисты по курьерской доставке. Компания имеет достаточно крупное IT-подразделение, которое создало систему и занимается ее развитием и поддержкой. В его штате – 30 специалистов: программисты, фронт-энд разработчики, системные и бизнес-аналитики, специалисты по разработке интерфейсов и собственный арт-директор.

Возможностью обеспечить работу всей франчайзинговой сети из единого центра «Додо Пицца» обязана облаку Microsoft. Оно же позволило расширить сеть на многие регионы и даже страны. Сегодня партнерская сеть компании насчитывает 95 пиццерий в шести странах: России, Казахстане, Лит-

ве, Эстонии, Узбекистане, Киргизии и США. В будущем компания планирует выйти и на обширный рынок Китая.

Таким образом, в современных условиях рыночной экономики и возрастания значимости конкуренции особенно актуальным становится применения инновационных технологий. На конкретном примере доказана значимость реинжиниринга и инновационного подхода к управлению производством, обеспечивающих высокую конкурентоспособность продукта и устойчивость развития компании. Помимо этого, одним из способов расширения бизнеса и трансляции инноваций является система франчайзинга. На примере компании «Додо Пицца», мы можем проследить эффективность франчайзинговой системы в продвижении инновационных технологий в международном масштабе, что является показателем высокой конкурентоспособности компании.

#### Литература

1. Коссов В.В. Основы инновационного менеджмента: Учебное пособие / В.В. Коссов. – М.: Магистр, 2009. – 423 с.
2. Хаммер М. Реинжиниринг корпорации. Манифест революции в бизнесе / М. Хаммер, Д. Чампи; пер. с англ. Ю.Е. Корнилович. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2007. – 288 с.
3. Меркулов, А.Н. Франчайзинг от А до Я / А.Н. Меркулов, В.В. Фокин, С.Д. Ватутин. – М: Феникс, 2013. – 160 с.
4. Котин М. И ботаники делают бизнес / М. Котин. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2011. – 320 с.

УДК 339.138

*Д.Р. Салихова, студент*

*Научный руководитель: Р.М. Даминева, канд. экон. наук, доцент  
г. Стерлитамак, филиал Уфимского государственного нефтяного технического университета*

### ОБ ИСПОЛЬЗОВАНИИ КОНЦЕПЦИЙ МАРКЕТИНГА ПРИ РЕШЕНИИ ТЕХНИКО-ЭКОНОМИЧЕСКИХ ПРОБЛЕМ

При разработке стратегии развития предприятия менеджеры высшего звена, как правило, руководствуются одной из известных концепций маркетинга [2]: концепция совершенствования производства; концепция ссовершенствования товара; концепция интенсификации коммерческих усилий; концепция маркетинга; концепция социально-этичного маркетинга.

Концепция совершенствования производства – это из самых старых подходов, которым руководствуются продавцы. Концепция совершенствования производства утверждает, что потребители будут благожелательны к тем товарам, которые широко распространены и доступны по цене, следовательно, руководство должно сосредоточиться на совершенствовании производства и повышении эффективности системы распределения. Эта концепция подходит в двух ситуациях:

а) если спрос на товар превышает предложение, то тогда следует сосредоточиться на изыскании способов увеличения объемов производства;

б) если себестоимость товара слишком высока и ее необходимо снизить, то для этого необходимы меры по повышению производительности производства.

Концепция совершенствования товара утверждает, что потребители будут благосклонны к товарам, предлагающим наивысшее качество, лучшие эксплуатационные свойства и характеристики, следовательно, организация должна сосредоточиться на постоянном совершенствовании товара. Недостатком данной концепции является то, что она может привести к «маркетинговой близорукости».

Концепция интенсификации коммерческих усилий утверждает, что потребители не будут покупать товары организации, если она не предпринимает значительных усилий в сфере сбыта и стимулирования. Подобная концепция применяется и к товарам пассивного спроса и к ходовым товарам. Также данная концепция встречается в политической сфере, когда избирателям усиленно навязывается тот или иной кандидат, как блестяще подходящего именно на определенную должность.

Концепция маркетинга утверждает, что залогом достижения целей определения нужд и потребностей целевых рынков и обеспечения желаемой удовлетворенности более эффективным к более продуктивным, чем у конкурентов, способами. Суть данной концепции сводится к следующим выражениям: «отыщите потребности и удовлетворите их»; «производите то, что можете продать, вместо того, чтобы пытаться продать то, что можете произвести»; «любите клиента, а не товар». Данную концепцию чаще используют фирмы товаров широкого потребления, чем производители товаров промышленного назначения.

Концепция социально-этичного маркетинга утверждает, что задачей организации является установление нужд, потребностей и интересов целевых рынков и обеспечение желаемой удовлетворенности более эффективными и более продуктивными, чем у конкурентов способами с одновременным сохранением или укреплением благополучия потребителя и общества в целом. Эта концепция появилась вследствие ухудшения качества окружающей среды, нехваткой природных ресурсов, ростом населения, запущенным состоянием сферы социальных услуг. Концепция социально-этичного маркетинга требует сбалансированности трех факторов: прибыли фирмы, покупательских потребностей, интересов общества. Первоначально фирмы основывали свои рыночные решения на получение прибыли. Затем стали осознавать значимость удовлетворения покупательских потребностей. В настоящее время фирмы пытаются учитывать интересы общества.

С целью обеспечения конкурентоспособности производства, в последние годы особую значимость приобрела концепция инновационного маркетинга.

Выбор определенной концепции дальнейшего развития предприятия предопределяется возникающими у компании «узкими местами», как, например, снижение либо отсутствие спроса на отдельные виды продукции, ослабление конкурентоспособности продукции либо предприятия. В общем, данный выбор предопределяется проявлением негативного влияния на деятельности предприятия факторов макро- и микросреды.

Рассмотрим подробнее причины, обуславливающие возникновение технико-экономических проблем на предприятии, а также способы их решения на примере нефтеперерабатывающей и нефтехимической промышленности [1].

В производстве нефтехимических продуктов выделяют следующие основные производственно-отраслевые стадии:

1. добыча нефти;
2. переработка нефти с целью получения нефтепродуктов, выступающих виде топлива;
3. производство нефтехимической продукции.

Общей характеристикой для рассмотренных производственных стадий является следующее:

- 1) общий технологический подход к оборудованию: теплообменники, ректификационные колонны, реакторы, печи и т.д.;
- 2) обязательная необходимость использования вспомогательных материалов в виде катализаторов, растворителей и фильтров для преобразования сырья в полуфабрикаты или готовую продукцию;
- 3) схожая структура и состав вспомогательного производства: ремонтная, механическая, транспортная и строительная службы.
- 4) на каждой стадии образуются производственные отходы, которые при применении высоко-технологичного оборудования, могут быть использованы в качестве сырья (ловушечная нефть), либо в качестве источников энергии (тепловые и горючие вторичные энергоресурсы), либо в качестве попутной продукции (попутный нефтяной газ).

Рассмотрим особенности каждой производственной стадии.

На стадии добычи нефти одной из основных объективных проблем в нефтедобыче является снижение качества добываемого природного ресурса (высокая степень обводненности, повышенное содержание сернистых соединений и механических примесей, затрудненные геологические и климатические условия добычи и т.д.).

К субъективным причинам, обуславливающим снижение темпов добычи нефти, относятся следующие.

Во-первых, реализуемая в последние десятилетия политика сворачивания геологоразведочных работ не позволяет вводить в разработку новые месторождения. Геологоразведка должна быть такой, чтобы открываемые залежи нефти обеспечивали требуемые объемы добычи нефти для ее последующей переработки на отечественных предприятиях. Как известно, в последнее десятилетие происходило снижение инвестиционной активности в области разведки нефтяных месторождений (до 5% всех инвестиций).

Во-вторых, приватизация бывших государственных нефтедобывающих компаний и создание частных предприятий нефтедобычи, которые реализуют экономическую политику с учетом известного подхода в экономической науке «максимальная выгода с учетом минимизации затрат». Реализация данного принципа воплощается в увеличении доли экспорта нефти и снижении доли нефти, поставляемой на внутренний рынок. Особенностью Российской Федерации является существенная недозагруженность производственных мощностей нефтеперерабатывающих предприятий.

Таким образом, экономическая ситуация в нефтедобыче в РФ предопределяется политической ситуацией.

Для разрешения данной проблемы необходимо, чтобы доход от использования недр, имеющий место в последние годы, приносил бы больший вклад в образование доходной части государственного бюджета. Для этого необходимо разработать законодательную базу либо по национализации недр, либо по установке квот на экспорт нефти.

Рассмотрим следующие производственно-отраслевые стадии – нефтепереработку и нефтехимию.

Выделим следующие группы проблем, с которыми сталкиваются предприятия нефтепереработки и нефтехимии.

1. Снижение валовой прибыли;
2. Увеличение производственных издержек;
3. Снижение конкурентоспособности продукции по качественным параметрам по сравнению с мировыми производителями.

Причины приведенных выше проблем идентичны причинам проявления цикличности развития экономики страны. Как известно, выделяют экстернальные и интернальные причины экономических колебаний.

К экстернальным причинам относят:

- войны, революции и другие политические события;
- открытие крупных месторождений золота, урана, нефти и других ценных ресурсов;
- освоение новых территорий и связанная с этим миграция населения и колебание численности населения земного шара;
- мощные прорывы в технологии и изобретениях, позволяющие коренным образом изменить структуру общественного производства.

Интернальными причинами циклического развития экономики являются следующие:

- личное потребление, сокращение или увеличение которого сказывается на объемах производства и занятости;
- фактический срок службы основного капитала;
- инвестирование, т.е. вложение средств в расширение производства, его модернизацию и создание новых рабочих мест;
- экономическая политика государства, выражающаяся в прямом и косвенном воздействии на производство спроса и потребления.

Таким образом, у предприятия могут быть либо отдельные локальные технико-экономические проблемы, либо, в большинстве случаев, совокупность взаимозависимых недостатков производственной деятельности.

Разрешение выделенных проблем в рамках традиционных технологий не всегда выгодно для предприятия. Поэтому необходимо рассмотреть иные пути решения технико-экономических проблем.

Нами предлагается уровне-превентивный подход решения технико-экономических задач, который подробно был изложен в работе [1].

Таким образом, использование уровне-превентивного подхода для решения технико-экономических задач будет способствовать разработке стратегии развития предприятия, успешная реализация которой позволит оптимально использовать ограниченные финансовые ресурсы компании. При этом будут выгодно сочетаться и макроэкономические, и микроэкономические интересы.

#### Литература

1. Даминева Р.М. Разработка уровне-превентивного подхода решения технико-экономических задач на предприятиях нефтеперерабатывающей, нефтехимической промышленности // Коллективная монография «Совершенствование хозяйственно-финансовой деятельности и организационной структуры предприятия». Москва: НИЦ Апробация. С. 183–197.
2. Котлер Ф. Основы маркетинга. СПб.: АО «Коруна»; АОЗТ «Литера Плюс», 1994. 697 с.

## **ТЕХНОПАРКИ – ДВИГАТЕЛЬ ИННОВАЦИЙ: ЕВРОПЕЙСКИЙ И АМЕРИКАНСКИЙ ОПЫТ**

На сегодняшний день технопарки – это реальный двигатель прогресса и инноваций. Технопарк по праву считается идеальной средой для развития научных и технических идей, а также для стимулирования экономики региона, на территории которого находится технопарк. До сих пор не было выделено одного единственного определения понятия «технопарк».

Международная ассоциация технологических парков в начале 2002 года предложила следующее определение: «Технологический парк – это организация, управляемая специалистами, главной целью которых является увеличение благосостояния местного сообщества посредством продвижения инновационной культуры, а также состоятельности инновационного бизнеса и научных организаций. Для достижения этих целей технопарк стимулирует и управляет потоками знаний и технологий между университетами, научно-исследовательскими институтами, компаниями и рынками. Он упрощает создание и рост инновационным компаниям с помощью инкубационных процессов и процессов выведения новых компаний из существующих. Технопарк помимо высококачественных площадей обеспечивает другие услуги» [1].

До сих пор это определение является основным для формулирования основной сути всех моделей технопарков мира. Существуют разные виды (модели) технопарков: это технологические инкубаторы, научно-исследовательские парки, технологические ареалы и т.д. В России технопарки более известны под названием «студенческий городок».

История технопарков берет своё начало в Кремниевой долине Сан-Франциско, США. В 50-е годы 20 столетия один из преподавателей Стэнфордского университета, декан инженерного факультета профессор Фредерик Терман, был озабочен тем, что после обучения в университете, многие из выпускников не могли устроиться на работу. После войны поток студентов увеличился, а поток финансирования университета, наоборот, сильно упал. Однако Стэнфордский университет обладал большими территориями, которые никак не использовались и могли сдавать их в аренду. Тогда профессор Терман предложил сдавать эту землю в аренду исключительно высокотехнологичным предприятиям и исследовательским центрам, что решило вопросы с трудоустройством студентов, финансированием университета (за счет долговременной аренды), а также была решена проблема нехватки высококвалифицированных специалистов.

На базе реализации проекта профессора Термана зародились и европейские технопарки. Первыми в Европе странами-пионерами в 70-х годах стали Франция и Бельгия. Позже к идее развития технологических и научных парков присоединились ФРГ в 1983 году, а также Канада, Австралия, Сингапур, Япония и т.д. Только в 90-х годах 20 столетия технопарки пришли и в Россию.

Что касается Европейских стран, то изначально подобного эффективного развития как в Америке технопарки там не получили. Проблема состояла в том, что с самого начала в Европе к технопаркам относились просто как к территории, сдаваемой в аренду наукоёмким фирмам, а сами технопарки имели только одного учредителя и тем самым имели очень небольшое финансирование. Во избежание такого низкого интереса к технопаркам на их территории стали развивать идею инкубаторов технологического бизнеса – то есть создание зданий для размещения там инновационных предприятий, поиск для них инвесторов, а также налаживание связей между инкубаторами и местными научными институтами. Такая идея – не просто размещения на территории уже развившихся наукоёмких предприятий, а распределения на ней предприятий для создания абсолютно новых инновационных продуктов, определила пути развития европейских технопарков и положила начало фундаментальным французским и британским технополисам.

Исторически сложилось, что в Австрии, Германии, Франции, Великобритании и других странах Европы проходило активное развитие инкубационных технопарков. Это значит, что большинство проектов шли на коммерциализацию и привлечение прибыли. Тогда как в Америке подавляющее большинство имели именно научно-исследовательские парки, которые имеют большую связь с наукой и местными институтами, а также дают работу высокообразованным кадрам. Однако это не значит, что если все силы научно-исследовательских парков направлены на решение каких-либо фундаментальных задач, вопрос о финансировании исследований и прибыли от них будет снят. На базе

этих научно-исследовательских парков создаются кластеры, то есть фирмы близкие по географическому расположению к производству и осуществляющие коммерческую деятельность.

Но что такое технопарки как двигатель инноваций? И какая модель развития технопарка все-таки лучше: инкубатор или научный парк?

Следует помнить, что технопарки – это, прежде всего стимулирование мировой экономики, так как это наивысшее развитие свободных экономических зон, на территории которых активно идет развитие наукоёмкого производства, формируются новые кадры. Также технопарки являются основной поддержкой малого бизнеса, так как все инновационные идеи изначально имеют небольшой объем производства и чаще всего реализуются именно через малое предпринимательство. Помимо этого, технопарки решают еще одну очень важную проблему – это финансирование развития науки и техники. Научная деятельность очень ресурсозатратный процесс, который требует огромный финансовых вложений для своего развития. Технопарки же являются отличной инвестиционной площадкой для вложения в научно-исследовательскую деятельность больших сумм денег, при этом не исключая возможности финансовой отдачи, то есть поступления прибыли от реализации.

В настоящее время американские технопарки постепенно становятся коммерческой площадкой для осуществления идей бизнес инкубаторов, но всё еще сохраняют надежную связь с университетами, как например в той же Великобритании. Проведем сравнительную характеристику бизнес инкубаторов США и Великобритании:

Таблица 1

**Сравнительная характеристика бизнес инкубаторов США и Великобритании**

Показатель	Limited научный парк Манчестера	Исследовательский парк Triangle Северной Каролины
Год создания	1987	1959
Общая площадь, га	1604	2833
Размер помещений, м <sup>2</sup>	2 900 000	6 700000
Число сотрудников	34 000	52 000
Число студентов	155 000	360 000
Число фирм	80	170
Количество Start-ups	126	245
Получено патентов	1689	3256
Выпущено торговых марок	649	1970
Сферы деятельности	Биотехнологии, Окружающая среда, Цифровые технологии	Биотехнологии, Окружающая среда, ИКТ Медиа и мультимедиа Телекоммуникации, Биологические науки Медицинские науки и технологии Здоровье, Фармацевтика
Цель создания	Изменение экономической политики местных властей и ее перевод в постиндустриальное русло	Развитие штата Северная Каролина и преодоление негативной экономической ситуации

Таким образом, из таблицы видно, что развитие бизнес инкубаторов в США продвигается более успешно, чем Великобритании, так как по всем показателям исследовательский парк Северной Каролины превосходит научный парк Манчестера. Так результаты работы Triangle превышают в процентном соотношении работу MSP на 200%. Конечно это связано еще и со спецификой работы парков, ведь парк США имеет 10 сфер деятельности, тогда как парк Британии только 3. И в свою очередь, безусловно, на эффективность работы каждого парка повлияла цель его создания. MSP начал свой путь с предоставления специализированных сред и вспомогательных услуг для научных и технологических компаний, побуждая их к объединению и созданию сети с организациями единомышленниками [3]. Triangle, в свою очередь, стал базисом для приема на работу новоиспеченных работников (выпускников вузов), и смог стимулировать прирост инвестиций в штат, что позволило повысить уровень заработной платы и в свою очередь уровень жизни населения [2].

Исходя из всего вышесказанного, можно сделать вывод, что связь между наукой и экономикой, в частности бизнесом, очень крепка. На данный момент именно наука стоит за всеми инновационными идеями и способна стать двигателем и надежной опорой для любой страны. Развитие технопарков должно происходить на базе университетов, как это показывает нам американский опыт и при этом становится коммерческой площадкой для того, чтобы каждое изобретение могло найти своё место в современном мире.

### Литература

1. Понятие, функции и задачи технопарков // Рейтинговое агентство RAEX [Электронный ресурс]. URL: <http://raexpert.ru/researches/technopark/part1>
2. Официальный сайт исследовательского парка Triangle Северной Каролины [Электронный ресурс]. URL: <http://www.rtp.org>
3. Официальный сайт Limited научного парка Манчестера [Электронный ресурс]. URL: <http://mspl.co.uk>

УДК 336.7:004:343.3

**А.Р. Сафарова, студент**

*Научный руководитель: Э.Р. Ковалева, канд. экон. наук, доцент  
г. Казань, Казанский инновационный университет им. В.Г. Тимирязева*

## РАСЧЕТЫ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ КРИПТОВАЛЮТЫ БИТКОИН

Актуальность данной темы обусловлена тем, что с началом использования глобальных компьютерных сетей при помощи Internet, возросла возможность передачи скрытой информации, которая является зашифрованной и конфиденциальной от несанкционированного доступа [4, с. 1206]. Люди научились создавать виртуальные кошельки и валюту, которая по сути является «воздухом», одной из таких криптовалют является биткоин. Она получила широкий резонанс в связи с тем, что с её помощью возможна легализация доходов, полученных преступным путем, а также финансирование террористических группировок. Данной криптовалюте при своем создании получилось обойти массу законов во всех странах мира, так как никто не был готов к появлению такой виртуальной валюты.

Биткоин является виртуальной валютой, не имеющей никакого обеспечения. У данной криптовалюты нет эмиссионного центра, а все операции, связанные с ней, ведутся в интернете и хранятся на компьютерах. Биткоин зарегистрирована неизвестным человеком, который так и не раскрыл своего имени. Данная система не имеет авторизованного разработчика, а значит правила, по которым она играет на рынке, могут быть изменены в любое время, а ответственность нести некому и претензий предъявлять будет некому. Даже при этих данных данная виртуальная валюта уже должна вызывать определенные подозрения и давно покинуть рынок, но как не парадоксально, она только увеличивает свою ценность для держателей данной валюты. И все-таки, в последние годы активно развиваются и используются виртуальные валюты, так как с их помощью отмываются деньги, полученные преступным путем. Также с их помощью происходит финансирование террористических группировок, покупка оружия, наркотиков и других запрещенных в свободном обращении товаров. Согласно законодательству Российской Федерации, выпуск и использование «на территории Российской Федерации денежных суррогатов запрещается».

В январе 2014 года Центральный Банк России выступил с заявлением о том, что необходимо отказаться от любой виртуальной валюты физическим и юридическим лицам, а особенно не кредитным финансовым организациям и кредитным организациям, вне зависимости от того, на что она меняется [2].

Это предостережение было связано с тем, что при использовании виртуальной валюты, если какая – либо операция с её использованием не будет успешно проведена, пострадавшим лицам будет невозможно помочь, так как предъявить претензии будет не к кому. Любые физические и юридические лица смогут быть вовлечены в противоправные и незаконные сделки без своего ведома. Все-таки виртуальные валюты выпускаются анонимно и имеют огромное количество участников на рынке. В российском законодательстве также говорится о том, что при использовании виртуальных денег, любое лицо будет рассматриваться как потенциальный участник сомнительной операции и понесет ответственность в соответствии с законодательством о противодействии легализации (отмыванию) доходов, полученных преступным путем, и финансированию терроризма.

На территории Российской Федерации существует специальный орган Росфинмониторинг, деятельность которого направлена на противодействие легализации доходов, полученных преступным путем. Росфинмониторинг также выступил с обращением о том, что виртуальная валюта получила широкое распространение и использование в связи с тем, что она выступает в качестве инвестиционного инструмента и инструмента спекулятивной торговли [3]. Фактически складывается такая ситуация, что биткоин стал похож на деньги, которые не зависят от государственных органов, инфляции и банков.



Отношение к данной валюте в разных странах складывается по-разному.

Таблица 1

**Отношение зарубежных стран к биткоину**

Страна	Отношение к биткоину
Германия	биткоин не является электронной или иностранной валютой, а больше похожа на частные деньги, при помощи которых возможно осуществление многосторонних сделок
Сингапур	извлечь выгоду из данной ситуации с биткоином так, налоговые органы решили приравнять данную валюту в части налогообложения к цифровым товарам. С компаний, которые занимаются продажей и покупкой биткоинов, будет взиматься налог на доходы, а при покупке реальных товаров и услуг, планируется взимать налог на добавленную стоимость размере 7% от суммы
Хорватия	биткоин не считают электронной валютой, но предполагают, что её обращение возможно легализовать в стране, но при этом, продавцы не обязаны принимать эту валюту в уплату товаров, работ или услуг
Китай	биткоин является нелегальной электронной валютой и запрещает любые операции с её участием. Также, Народный банк Китая запретил всем финансовым компаниям публиковать котировки или предлагать страховые продукты, связанные с битконом. Но стоит отметить, что все-таки физическим лицам разрешено почувствовать в интернет – торгах на свой страх и риск
США	в марте 2013 года приняли решение о том, что операции, связанные с обменом любых виртуальных валют на фиатные деньги должны будут регулироваться также как и операции по обмену фиатных денег между собой. Всем биржам и обменным пунктам, которые хотят работать с биткоинами, необходимо будет зарегистрироваться в лице поставщиков финансовых услуг. Также им будет необходимо сообщать о подозрительных операциях в органы правопорядка

По таблице 1 мы видим, что в таких странах как Германия, Сингапур, Хорватия и США биткоин приравнивают к денежному эквиваленту и считают, что с данной криптовалютой можно и нужно работать, а вот в Китае к биткоину настроены отрицательно и вводят все необходимые ограничения на законодательном уровне. Китай настроен более враждебно и старается оградить своих граждан и их бизнес от использования данной криптовалюты.

Свое мнение высказали и международные финансовые операции по поводу данной виртуальной валюты. Всемирный банк в официальном отчете принял решение о том, чтобы считать биткоин виртуальной валютой. Для многих стран данное решение считается удивительным, так как при ее создании и использовании нет единого центра и отсутствует возможность отмены несанкционированной транзакции.

Криптовалюта или виртуальная валюта никак не регулируется нормативными актами, потому как отсутствует субъект, который нес бы обязательства за неправомерные операции с данной валютой.

Виртуальные валюты или криптовалюты широко используются в теневой экономике, так как могут использоваться кем угодно и на любые цели, все расчеты являются анонимными и отсутствует документация со всей необходимой информацией. Так в январе 2014 года в США органы правопорядка раскрыли преступную схему отмывания доходов с помощью криптовалюты биткоин. Полиция США обвинила BitInstant bitcoin exchange в использовании криптовалюты биткоин при реализации наркотических веществ. Она была представлена в 2008 году и с тех пор стоимость одного биткоина выросла с 5 центов в 2009 году, до 1200 долларов США в 2013 году [5].

Следует отметить, что использование биткоина имеет как положительные, так и отрицательные моменты. Он является самой популярной криптовалютой в мире, которая с каждым годом упрочняет своё место в мировой экономике. В России данная виртуальная валюта не разрешена, но необходимо проанализировать, стоит ли отрицать преимущества данной криптовалюты или продолжать их игнорировать. Составим таблицу для лучшего рассмотрения всех «за» и «против».

Таблица 2

**Биткоин: за и против [1]**

ПРОТИВ	ЗА
Анонимность производимых транзакций превращают криптовалюту в отличную платформу для отмывания денег и с её помощью способствовать финансированию терроризма	Во многих странах мира данная криптовалюта разрешена
Не имеет никакой обеспеченности и подвержены волатильности	Инфляция для данной валюты практически невозможна
Если биткоин начнет пользоваться такой же популярностью как доллар и евро, то это ослабит российскую валюту еще сильнее, что ослабит экономику страны	При использовании данной криптовалюты возможно проводить практически любые операции с низкими процентами за транзакции

Необходимо проработать жесткое регулирование данной криптовалюты	Так как многие страны уже легализовали данную криптовалюту, это скорее всего приведет к международному регулированию
Никто не защищен от мошеннических действий	При легализации криптовалюты налоговые органы смогут взимать налоги за совершенные транзакции

По таблице 2 мы видим, что биткоин имеет существенные «за» и государствам стоит присмотреться к данной криптовалюте повнимательнее. Необходимо разработать на законодательном уровне пути совершенствования для обращения биткоина в России:

1) ввести ответственность и ограничения в «Уголовный кодекс Российской Федерации» от 13.06.1996 № 63-ФЗ (ред. от 07.03.2017) (с изм. и доп., вступ. в силу с 30.03.2017);

2) ввести ответственность и ограничения в Федеральный закон от 07.08.2001 № 115-ФЗ (ред. от 28.12.2016) «О противодействии легализации (отмыванию) доходов, полученных преступным путем, и финансированию терроризма»;

3) внедрить по аналогии с Сингапуром налоговые сборы;

4) создать систему на государственном уровне, которая будет отслеживать операции с биткоином;

5) возложить дополнительную ответственность на Росфинмониторинг для отслеживания обращения биткоина с целью противодействия легализации (отмыванию) доходов, полученных преступным путем, и финансированию терроризма;

6) возложить дополнительную ответственность на Федеральную Налоговую службу РФ, чтобы она отслеживала налоговые поступления от использования биткоина.

Данные внедрения помогут государству контролировать обращение данной криптовалюты, что поможет в борьбе с противодействием легализации (отмыванию) доходов, полученных преступным путем, и финансированию терроризма.

Таким образом, биткоин можно считать виртуальной валютой, которую необходимо законодательно регулировать, что и произошло в ряде стран, в том числе и в Российской Федерации. Но в России данное регулирование заключается в том, что данная валюта запрещена на законодательном уровне, что не дает ей возможности функционировать на территории государства. Биткоин не имеет под собой никакого обеспечения, эмиссия и контроль за его обращением осуществляется неизвестным лицом. При высокой волатильности курса, который достигает практически 1100 долларов США [6], данная виртуальная валюта может обвалиться в любой момент и нанести в этом случае ущерб как лицу, владеющему данной валютой, так и финансовой системе государства в целом. Теневая экономика активно пользуется данной криптовалютой, так как правоохранительным органам практически не реально проследить кто является сторонами сделки. Поэтому в настоящее время так трудно бороться с коррупцией и терроризмом. Многие экономисты соглашаются с мнением, что биткоин является «финансовым пузырем», который со временем все – таки взорвется.

#### Литература

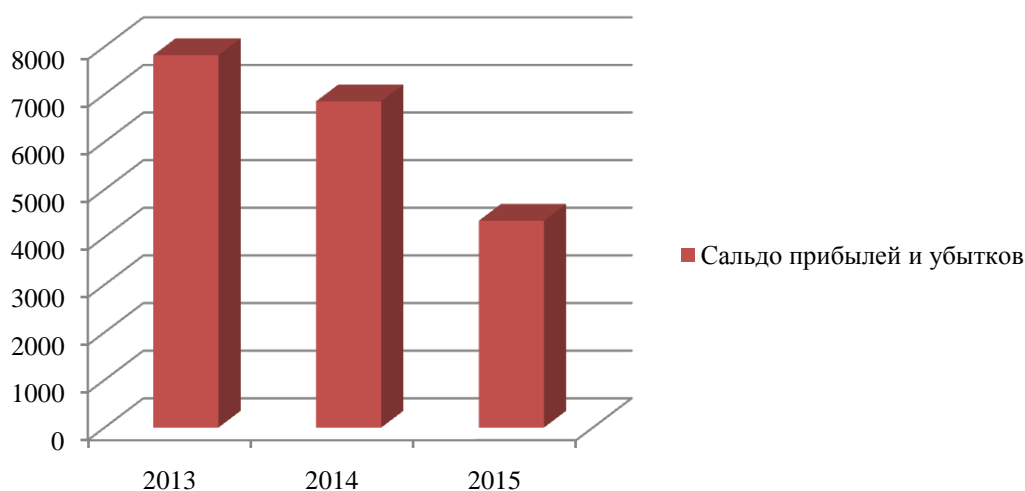
1. Биткоин: за и против. Легализовать или запретить? [Электронный ресурс] // SIDES.SU – 2016. – URL: <http://sides.su/index.php?id=93>
2. Биткоин: основные принципы и отдельные юридически-значимые особенности [Электронный ресурс] // Закон.ру – 2014. – URL: [https://zakon.ru/Blogs/One/9898?entryName=bitcoin\\_osnovnye\\_principy\\_i\\_otdelnye\\_yuridicheskiznachimye\\_osobennosti](https://zakon.ru/Blogs/One/9898?entryName=bitcoin_osnovnye_principy_i_otdelnye_yuridicheskiznachimye_osobennosti)
3. Денежный суррогат [Электронный ресурс] // Взгляд – 2014. – URL: <https://www.vz.ru/economy/2014/1/28/669934.html>.
4. Ковалева Э.Р., Кабашева И.А. Некоторые аспекты оценки экономической эффективности использования метода скрытого внедрения информации в файлы / Э.Р. Ковалева, И.А. Кабашева // Экономика и предпринимательство. – 2016. – № 10-3 (75-3). – С. 1206–1211.
5. Национальный банк ФРГ предупреждает о крахе биткоина [Электронный ресурс] // Newsland – 2014. – URL: <https://newsland.com/news/detail/id/1308756>
6. BTC/USD – Биткойн Доллар США: обзор [Электронный ресурс] // Investing.com – котировки и финансовые новости – 2017. – URL: <https://ru.investing.com/currencies/btc-usd>

**АНАЛИЗ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ПОЛИТИКИ РОССИЙСКИХ КОМПАНИЙ**

В настоящее время кризис, начавшийся в 2014 году до сих пор, не позволяет экономике страны стабилизироваться и выйти из состояния упадка. Цены на нефть, падение которых, стало одним из основных факторов обвала курса российского рубля, что значительно ослабило большинство крупных компаний в финансовом плане, в частности сильно пострадала нефтеперерабатывающая и нефтедобывающая отрасль. Данная ситуация в стране буквально вынудила компании уделять большое количество времени инвестиционной деятельности и пересмотреть свою инвестиционную политику.

Инвестиционная политика компании можно представить, как сложную и взаимосвязанную совокупность различных видов деятельности компании, направленную на развитие организации в будущем, получение прибыли и различных положительных эффектов от результата инвестиционной деятельности. В общем виде, инвестиционную политику можно определить, как составную часть финансовой стратегии предприятия, которая нацелена на обеспечение эффективное использование ресурсов, в условиях их ограниченности, рациональное сочетание разнообразных источников финансирования и в целом на направления, обеспечивающие экономический рост компании.

Также стоит учесть влияние внешней политики на экономику страны, что делает процесс разработки инвестиционной политики значительно сложнее, так как ситуация может в любой момент может резко измениться, и нужно предугадать все возможные варианты развития событий. Российские компании в настоящее время испытывают финансовые проблемы, о чем свидетельствуют данные Росстата (рис. 1).



**Рис. 1. Сальдо прибылей и убытков в трлн руб.**

Изучая инвестиционную деятельность российских компаний, следует отметить, что большая часть крупных компаний имеет четкие принципы и механизмы регулирования инвестиционной деятельности, являющимися ориентиром для руководства компании. (табл. 1)

Таблица 1

**Принципы и механизмы регулирования инвестиционной деятельности**

Регулируемый аспект	Подразделения предприятия, обеспечивающие функционирование механизма	Принципы принятия решений
Разработка проектов	Отдел НИОКР Аналитический отдел Экономический отдел	- использование методов сложного дисконтирования при расчёте эффективности инвестиционного проекта
Утверждение документации	Экономический отдел Руководство компании	- проект отвечает условию коммерческой и социальной эффективности - проект реализуется при поддержке со стороны или

Решение о реализации	Руководство компании	- целесообразность реализации проекта (по представленным данным)
Выбор источников финансирования	Финансовый отдел Экономический отдел	- минимизация внешних заимствований - поиск источника финансирования - выбор источника финансирования проекта
Финансирование	Финансовый отдел Бухгалтерия	- разумность требуемых средств - наличие и анализ источников финансирования
Адаптация проекта	Отдел НИОКР Аналитический отдел Экономический отдел	- наблюдение за ходом реализации проекта, его соответствием ожидаемому - управление рисками при реализации проекта

Остальными аспектами изучаемой инвестиционной политики являются обеспечение процесса инвестирования, а также собственно процесс инвестиционного проектирования. Обеспечение инвестиционного процесса предприятия включает в себя следующие моменты:

- ресурсное обеспечение (финансы, материалы);
- информационное сопровождение (документация);
- управление инвестиционными проектами.

Российские компании подчиняются закономерностям и регулирующим моментам и можно выделить следующие приоритетные направления инвестиционного проектирования:

- Обновление ОПФ компании
- Освоение новых производств, технологий и продукции.

Показателем инвестиционной деятельности компании выступает отчет о движении денежных средств, в котором отражены все платежи и поступления от инвестиционной деятельности. Для оценки эффективности реализации инвестиционной политики российских компании выделим пять основных отраслей, точнее самых крупных представителей данных отраслей, таких как, ПАО «Газпромнефть», ПАО «КАМАЗ», ПАО «Норильский Никель», ПАО «Ростелеком» и ПАО «Сбербанк». Для оценки результатов инвестиционной деятельности обратим внимание на сальдо денежных потоков от инвестиционной деятельности, которые показаны на следующей гистограмме (рис. 2).

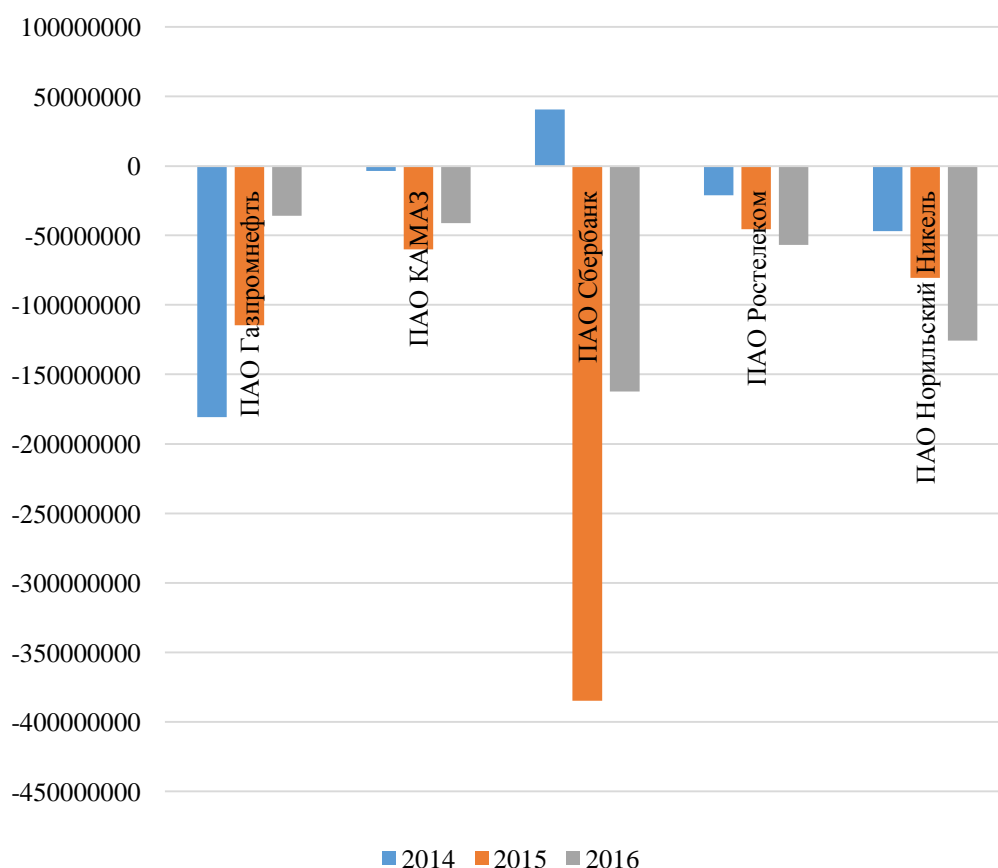


Рис. 2. Сальдо денежных потоков от инвестиционной деятельности в тыс. руб.

По данным графика видно, что наибольшие изменения разницы между денежными потоками от инвестиционной деятельности произошли в период с 2014 года по 2015 год в ПАО «Сбербанк». Так же сильное изменение сальдо произошло в компании ПАО «Газпромнефть» в период с 2014 по 2016 год. Можно отметить, что в 2015 году многие компании сократили расходы и уменьшили свои отрицательные показатели сальдо денежных потоков, что нельзя сказать о ПАО «Газпромнефть», компании удалось сократить расходы на инвестиции. Остальные же компании выделили большое количество денежных средств для удержания уровня финансовой устойчивости в условиях кризиса. Наиболее стабильной компанией оказался ПАО «КАМАЗ», им удалось уменьшить затраты на инвестиции и увеличить величину денежных поступлений от имеющихся активов. Компании тратят большие средства на инвестиционную деятельность, однако стоит учесть, что большая часть инвестиций долгосрочные, и ориентированы на модернизацию и закупку основных средств, что в перспективе будет способствовать генерированию прибыли. Также компании в больших размерах расходуют денежные средства на приобретение акций других компаний, что положительно влияет на российский фондовый рынок и экономику в целом, при этом получая доход от ценных бумаг и открывая новые возможности для возможного расширения компании путем поглощения. Однако стоит отметить, что компании не указывают в годовых отчетах показателя ROI, с помощью которого можно определить рентабельность инвестиций компаний при анализе компании, но это относится к проблеме раскрытия информации компаниями, что существенно влияет на инвестиционную привлекательность и снижает интерес иностранных инвесторов.

В целом российские публичные компании ведут активную инвестиционную деятельность и не уступают зарубежным компаниям по критерию направленности инвестиционной политики. Причиной возникающих проблем при разработке и реализации инвестиционной компании в России является нестабильная экономика и влияние политических решений, что показывают вышеуказанные данные. Российские компании вынуждены в короткие сроки принимать решения и перестраивать инвестиционную политику для обеспечения финансовой устойчивости компании. Так же стоит учесть тот факт, что многие российские компании используют методы оценки инвестиционных проектов, адаптированных на зарубежные компании, что не дает объективную оценку ситуации.

УДК 332.1

*Е.А. Серебрянникова, студент*

*Научный руководитель: А.В. Родин, канд. экон. наук, доцент  
г. Краснодар, Кубанский государственный университет*

## **КАЧЕСТВО ЖИЗНИ НАСЕЛЕНИЯ КРАСНОДАРСКОГО КРАЯ**

Проблема повышения качества жизни для населения является актуальной для нашей страны. Ведь для каждого человека важен высокий уровень здравоохранения, образования, социальных услуг, комфорт жилища, благоприятная окружающая среда, и, конечно же, одним из главных показателей являются доходы населения.

Краснодарский край является одним из благоприятных регионов России. Географическое местоположение, выход к Черному и Азовскому морям дает возможность нашему краю обеспечивать развитие и связь с партнерами из других стран. В 2016 году Краснодарский край вошел в пятерку лучших российских регионов по качеству жизни. Краснодарский край с рейтинговым баллом 61,97 (из 100 возможных) занял в нем пятую строчку, сохранив прошлогоднюю позицию. Кубань уступает Москве, Санкт-Петербургу, Московской области и Татарстану, обгоняя Белгородскую и Воронежскую области [1]. Рейтинг регионов России по качеству жизни строился на основе комплексного учета различных показателей, фиксирующих фактическое состояние тех или иных аспектов условий жизни и ситуации в различных социальных сферах.

При составлении рейтинга были охарактеризованы основные аспекты условий проживания в регионе. Данная оценка проводилась с включением показателей уровня экономического развития, объема доходов населения до обеспеченности населения различными видами услуг, а также климатические условия, благоприятные для проживания. Развитие экономики края конечно тесно связано с социальным аспектом, потенциально может значительно влиять уровень и качество жизни населения.

Однако в крае этого не происходит. Вследствие этого при включении экономических показателей развития территории в оценку качества жизни они значительно искажают реальную картину.

Как отмечалось выше, край занимает 5 строчку в рейтинге лучших российских регионов по качеству жизни. Однако такой вывод был сделан, учитывая значительное число показателей развития экономики, климат и аналогичные. Если рассматривать отдельно только факторы, преимущественно и непосредственно, влияющие на качество жизни населения края, то получается совсем другая ситуация. Так, в таблице 1 показаны результаты исследования Аналитического центра AV-Group, по отдельным сферам социального развития.

Таблица 1

**Характеристика факторов качества жизни населения Краснодарского края в 2014–2016 гг.**

Показатели	Баллы			Место		
	2014	2015	2016	2014	2015	2016
Жилищные условия	2,37	2,38	2,63	41	46	46
Здоровье	3,19	3,44	3,25	23	14	17
Экология	2,31	2,34	2,26	66	66	66
Социальные услуги	2,29	2,23	2,21	43	44	42
Образование	1,85	1,99	2,01	57	56	55
Доходы и занятость	2,02	2,11	2,16	35	29	27
Безопасность	4,07	3,89	3,63	7	14	9

С каждым годом ситуация, хоть и не в значительной степени, но изменяется. В некоторых показателях ситуация становится хуже, в некоторых виден прогресс. Итак, стоит заметить, что к 2016 году самое лучшее положение занимает безопасность, следом идет здоровье, остальные показатели занимают места ниже. Из чего можно сделать вывод, что из 85 регионов нашей страны, Краснодарский край занимает хоть и не самые высокие показатели, но и не совсем низкие. Это говорит о том, что власти есть куда стремиться для повышения качества населения в крае.

На Кубани проживает более 5 миллионов человек. Средняя продолжительность жизни составляет примерно 70 лет. Это на 7% больше по сравнению со статистическим возрастом россиян других регионов. Согласно показателям естественного движения, в 2015 году число родившихся составляло 74117 человек, умерших – 71378 человек. Естественный прирост населения края был обусловлен превышением числа родившихся над числом умерших на 2739 человек (3,8%).

Число зарегистрированных браков в последние годы колеблется от 46 до 48 тыс. (за 2014 год количество браков составляло 48344, за 2015 год – 46232). Количество разводов в незначительной степени уменьшилось (от 26959 – 2014 год до 25427 – 2015 год) [2].

В связи с увеличением численности жителей в крае, растет потребность к приобретению жилья. Регион, в особенности город Краснодар не страдает дефицитом жилья. Проблема состоит в том, что не каждый может позволить себе покупку квартиры или дома. Эта проблема связана с невысокими доходами населения.

Для помощи молодым семьям, малоимущим, многодетным, жителям аварийных домов устанавливаются программы по расселению. Однако программы не реализуются в полной мере. Скорее всего это связано с количеством желающих приобрести жилье. По статистическим данным в 2015 году введено в эксплуатацию 4618,6 тыс. кв. метров жилья, что составляет 97,0% по отношению к аналогичному периоду прошлого года. Годовой план выполнен на 116,9%. В 2015 году 214 молодых семей, получив государственную поддержку, улучшили свои жилищные условия. В 2015 году согласно плановому заданию необходимо было выдать 15,0 тыс. ипотечных жилищных кредитов общим объемом 23,5 млрд рублей. По состоянию на 1 января 2016 года кредитными организациями Краснодарского края выдано 18,24 тыс. ипотечных жилищных кредитов общим объемом 28,3 млрд руб. [3].

Демографическое развитие Краснодарского края имеет свою особенность, которая заключается в более высокой демографической нагрузке на трудоспособное население – на 8,3% больше, чем по России в среднем. Этот показатель обусловлен более высоким удельным весом населения, достигшего возраста старше трудоспособного.

Снижение младенческой смертности в Краснодарском крае за последние пять лет составило 31%. Почти в два раза снизилась материнская смертность – 9,4 в отличие от 17,2 на сто тысяч женщин. Смертность от причин, которые возможно было предотвратить, уменьшилась почти на 20% – с 406 до 327,7 на сто тысяч населения. Снижение смертности населения в трудоспособном возрасте составило 22% – с 6,8 до 5,3 на одну тысячу человек. Основные причины смертей в Краснодарском крае – это онкологические заболевания, сердечнососудистые заболевания, внешние причины, осо-

бенно травмы, и часть из них связана с дорожно-транспортными происшествиями. Суммарная доля указанных причин смерти достигает более 80% в структуре общей смертности.

Рождаемость увеличилась больше чем на 20% – 12,4 вместо 10,3 на тысячу человек. Общая продолжительность жизни населения в Краснодарском крае выросла на четыре года – с 67,5 на 71,5 лет [4].

Исходя из вышесказанного, можно сделать вывод, что здоровью населения в крае уделяют особое внимание. Органы власти создают множество мероприятий. Реализация мероприятий проходит не в полной мере, однако наблюдается улучшение в данной области. Хотя некоторые показатели остаются неизменными, например, большие очереди в поликлиниках и больницах.

Для улучшения медико-демографических показателей Краснодарского края необходимо принятие дополнительных мер по оздоровлению населения, снижению смертности и увеличению рождаемости. Улучшение и повышение эффективности системы здравоохранения, улучшение санитарно-гигиенической и экологической обстановки – необходимое условие улучшения здоровья населения края, особенно в малых городах и сельских поселениях.

В Краснодарском крае существуют некоторые проблемы, в области образования, решить которые необходимо как можно быстрее. На сегодняшний день, на Кубани более 450 школ имеют 50-процентную степень износа. Здания давно устарели, следовательно, не могут соответствовать современным требованиям, ведь они были построены еще в середине прошлого века. Следует отметить, что такие школы не могут как следует развиваться.

Одной из главных проблем для Краснодарского края, особенно для столицы региона, является переполненность школ. В 2015 году в две смены учились 116 000 школьников, а в 2016 – на 10 000 больше. Необходимо полностью ликвидировать вторые смены, а на Кубани эта проблема не только не уменьшается, она продолжает расти. Нужно создавать современные условия для детей и педагогов. В регионе необходимо построить 258 новых школ и реконструировать 59 зданий с созданием дополнительно 9 тысяч мест. Самая важная проблема для образования региона является нехватка педагогических кадров. Краю не хватает более 700 педагогов и более двухсот воспитателей. По статистике, которую приводят чиновники от образования, каждый третий учитель в регионе – пенсионного возраста. Такая ситуация складывается в результате низкой заработной платы педагогов [5].

Таким образом, для Краснодарского края необходимо как можно быстрее увеличить количество школ. Также максимально отремонтировать остальные. Оснащение новой мебелью и оборудованием позволит школьникам обучаться в более комфортных условиях.

Среднемесячная заработная плата в 2015 году составляла 26700 рублей. По сравнению с 2014 годом она увеличилась на 923 рубля. Денежные доходы в среднем на душу населения составляли 31376 рублей (в 2014 году – 28788 рублей). Средний размер назначенных пенсий имеет показатель 11166 рублей [6].

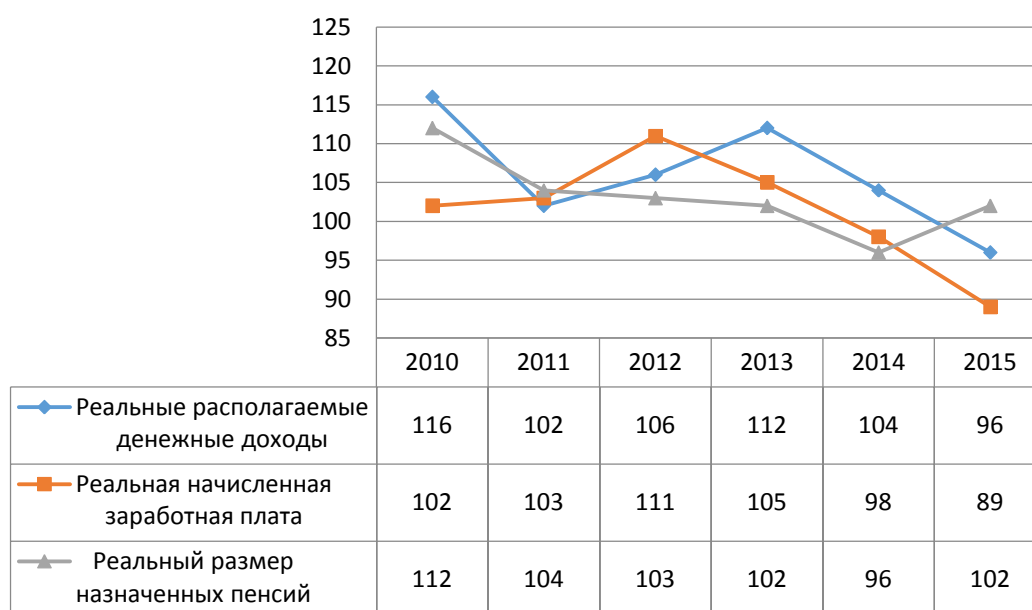


Рис. 1. Основные виды денежных доходов населения в реальном выражении (в процентах к предыдущему году)

Проблема занятости населения является также актуальной для Краснодарского края. С начала 2017 года в рамках государственной программы Краснодарского края «Содействие занятости насе-

ния» при содействии органов службы занятости населения трудоустроены 12,0 тыс. человек, в оплачиваемых общественных работах приняли участие 589 человек. Трудоустроены на временные рабочие места 243 человека из числа безработных граждан, испытывающих трудности в поиске работы, безработных граждан в возрасте от 18 до 20 лет, имеющих среднее профессиональное образование и ищущих работу впервые, и несовершеннолетних граждан в возрасте от 14 до 18 лет. По состоянию на 1 марта 2017 года в органы службы занятости населения заявлено 37,6 тыс. вакансий, в том числе 29,3 тыс. вакансий для постоянного трудоустройства. В сравнении с началом 2017 года число вакансий выросло на 26,2% (29,8 тыс. вакансий). По последним данным, в 2015 году численность рабочей силы составляла 2702 тысяч человек. Количество безработных граждан – 162 тысячи человек [7].

Особое значение в Краснодарском крае имеет охрана окружающей среды, так как в регионе достаточно поводов для беспокойства о состоянии здоровья людей – проблема обращения с отходами производства и потребления находится на первом месте по уровню опасности для здоровья населения и сохранности окружающей среды. В 2015 году объем выбросов, загрязняющих веществ, поступивших в атмосферный воздух на территории Краснодарского края от стационарных и передвижных источников, составляет 741,03 тыс. тонн (в 2014 году составляло 718,489 тыс. тонн). Увеличение составило 22,541 тыс. тонн. В настоящее время особенно острая проблема с отходами производства и потребления (табл. 2).

Таблица 2

**Информация об образовании, использовании, обезвреживании, транспортировании и размещении отходов производства и потребления (по данным ЕМИСС) (млн тонн)**

Годы	Кол-во использованных отходов	Кол-во обезвреженных отходов	Кол-во образованных отходов	Кол-во отходов, накопленных на конец отчетного года	Кол-во отходов, переданных другим организациям	Кол-во отходов, накопленных на начало отчетного года	Кол-во отходов, поступивших от других организаций	Кол-во отходов, размещенных на собственных объектах
2012	3,6	2,8	9,2	1,1	6,8	1,1	3,3	8,1
2013	3,8	2,1	1,3	1,3	1,0	1,1	5,3	4,1
2014	6,2	3,4	1,4	4,8	7,1	2,5	6,0	2,5
2015	5,8	1,7	1,1	8,6	4,4	4,6	4,8	1,8
Отклонение 2014 и 2015 (+, -)	- 0,4	- 1,7	- 2,1	+ 3,8	- 2,8	+ 2,1	- 1,2	- 7,3
Темп роста 2015 г. к 2014 г., %	93,31	49,08	84,07	179,50	61,86	182,74	80,00	71,15

Из данных таблицы 2 следует отметить, что по сравнению с 2014 годом значительно увеличилось количество накопленных отходов на конец отчетного года (на 79,50%), а количество обезвреженных, использованных, переданных другим организациям уменьшилось при меньшем объеме образованных отходов.

Загрязнение атмосферного воздуха является одним из главных факторов, которые негативно влияют на здоровье людей. Проблема загрязнения атмосферного воздуха характерна для городов края. Одной из основных причин, существенно влияющих на состояние населенных пунктов Краснодарского края, является выброс в атмосферный воздух значительного количества загрязняющих веществ от передвижных источников, прежде всего от автомобильного транспорта. По данным федеральной статистики объем выбросов от автотранспорта по Краснодарскому краю составил в 2015 году 550,2 тыс. тонн загрязняющих веществ.

В 2015 году в природные поверхностные водные объекты Краснодарского края было сброшено 2976,14 млн м<sup>3</sup> сточных вод (2014 году – 2966,39 млн м<sup>3</sup>), в том числе нормативно чистых (без очистки) 2009,80 млн м<sup>3</sup>. Из 966,35 млн м<sup>3</sup> загрязнённых и требующих очистки сточных вод (в 2014 году – 933,53 млн м<sup>3</sup>) в природные поверхностные водные объекты края сброшено: без очистки 699,05 млн м<sup>3</sup> (в 2014 году – 691,50 млн м<sup>3</sup>), недостаточно очищенных – 158,72 млн м<sup>3</sup> (в 2014 году – 141,39 млн м<sup>3</sup>), нормативно – очищенных на сооружениях очистки – 108,57 млн м<sup>3</sup> (в 2014 году – 100,64 млн м<sup>3</sup>). Согласно информации Управления Роспотребнадзора по Краснодарскому краю, в 2015 году удельный вес населения края, обеспеченного доброкачественной питьевой водой, составляет 71,40% от численности всего населения края.



Таким образом, экология занимает далеко не высокий уровень в крае. В результате можем сделать вывод, что необходимо не только разрабатывать программы по охране окружающей среды, но и качественно их реализовывать.

Для любого региона страны особое значение имеет социальная поддержка населения. Краснодарский край не исключение. С 1 января 2010 года введен новый вид государственной социальной помощи – социальная доплата к пенсии, которая назначается, если доход неработающего пенсионера не достигает величины прожиточного минимума пенсионера, установленной в субъекте Российской Федерации. Пунктом 7 статьи 10 Федерального закона от 30 ноября 2011 года №371-ФЗ для исчисления размера социальной доплаты к пенсии на 2016 год определена величина прожиточного минимума пенсионера в целом по Российской Федерации в размере 8803 рубля. Государственная социальная помощь оказывается одновременно или ежемесячно на период до трех месяцев. За 2016 год государственную социальную помощь получили 95328 малоимущих семей.

Законом Краснодарского края от 15 декабря 2004 года № 808-КЗ «О мерах социальной поддержки отдельных категорий жителей Краснодарского края» право на получение ежемесячных денежных выплат предоставлено ветеранам труда, ветеранам военной службы, жертвам политических репрессий и труженикам тыла. За 2016 год ежемесячную денежную выплату получили 407104 региональных льготника, в том числе 391034 ветерана труда и ветерана военной службы, 13940 граждан, из числа жертв политических репрессий, 2130 тружеников тыла. Многодетным семьям, в числе других мер социальной поддержки, предусмотрена ежегодная денежная выплата. За 2016 год ежегодная денежная выплата назначена на 223994 ребенка из 67877 многодетных семей [9].

Из вышесказанного можно сделать вывод, что социальные услуги достаточно хорошо реализуются в Краснодарском крае. Органы власти стараются делать все возможно для помощи многодетным, инвалидам, военнослужащим, ветеранам ВОВ и так далее.

Общественная безопасность имеет большое значение для любого региона нашей страны. По сравнению с 2014 годом произошло уменьшение количества чрезвычайных ситуаций на 30%, увеличение числа пострадавших на 37% и уменьшение количества погибших в ЧС на 25%. Количество чрезвычайных ситуаций техногенного характера, по сравнению с 2014 годом уменьшилось на 37,5%, число пострадавших уменьшилось на 61,4%, а погибших на 29,6%. Уменьшилось и количество пострадавших в происшествиях на водных объектах. Количество происшествия уменьшилось на 9%, погибших на 6,6%. Сократилось и число погибших на пожарах на 1,38%. Следствием таких изменений являются совершенствование технической оснащенности, обучение спасателей высоким уровнем подготовленности, а также предупреждение населения о безопасности жизнедеятельности [10].

Однако, уровень преступности в крае не становится значительно выше. По итогам 2016 года уровень преступности в Краснодарском крае составил 1285 преступлений на 100 тысяч населения. Данный показатель значительно ниже среднероссийского. Общее количество раскрытых полицейскими преступлений составило свыше 37 тысяч, в том числе 7 тысяч тяжких и особо тяжких составов. Установлено почти 33 тысячи лиц, виновных в их совершении. Раскрыто более 2 тысяч преступлений прошлых лет. На 10 процентов меньше совершено убийств и фактов умышленного причинения тяжкого вреда здоровью. Значительно снизилось количество корыстно-насильственных посягательств, таких как разбои, грабежи – более чем на четверть [11].

Исходя из вышесказанного, мы можем сделать выводы, что проблемы, касающиеся чрезвычайных ситуаций, находятся на относительно высоком уровне, нежели ситуация с преступностью. Следовательно, органам МВД необходимо усилить меры по безопасности населения.

Таким образом, анализируя сильные и слабые стороны края, можно улучшить качество жизни населения, увеличить доходы, развивать рынок медицинских и образовательных услуг, улучшать охрану окружающей среды, общественную безопасность, а также создавать условия, при котором повысится доступность жилья.

#### Литература

1. Краснодарский край вошел в пятерку лучших российских регионов по качеству жизни / Администрация Краснодарского края [электронный ресурс]. URL: [http://admkrasnodar.ru/content/14/show/308705/?sphrase\\_id=1816318](http://admkrasnodar.ru/content/14/show/308705/?sphrase_id=1816318) (дата обращения: 18.03.2017).
2. Управление Федеральной службы государственной статистики по Краснодарскому краю – Население [электронный ресурс]. URL: [http://krsdstat.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat\\_ts/krsdstat/ru/statistics/krsndStat/population/](http://krsdstat.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_ts/krsdstat/ru/statistics/krsndStat/population/) (дата обращения: 18.03.2017).
3. Доступное и комфортное жилье [электронный ресурс]. URL: <http://economy.krasnodar.ru/priority-national-projects/affordable-and-comfortable-housing-to-citizens-of-russia/2015/> (дата обращения: 18.03.2017).
4. Здравоохранение Краснодарского края – Демографическая ситуация [электронный ресурс]. URL: <https://prodoctorov.ru/krasnodarskiy-kray/> (дата обращения: 18.03.2017).

5. Министерство образования и науки РФ – Публичная декларация целей и задач министерства [электронный ресурс]. URL: <http://www.minobrkuban.ru/ministerstvo/publichnaya-deklaratsiya-tseley-i-zadach-deyatelnosti/> (дата обращения: 18.03.2017).
6. Краснодарский край в цифрах 2015 [электронный ресурс] / Федеральная служба государственной статистики. URL: <http://www.gks.ru/> (дата обращения: 25.03.2016).
7. Рынок труда и занятость населения [электронный ресурс] / Управление Федеральной службы государственной статистики по Краснодарскому краю. URL: [http://krsdstat.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat\\_ts/krsdstat/resources/7300220040266a1eb180ffc7692f4691/zpl.htm](http://krsdstat.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_ts/krsdstat/resources/7300220040266a1eb180ffc7692f4691/zpl.htm) (дата обращения: 18.03.2017).
8. Ежегодный доклад о состоянии природопользования и охране окружающей среды Краснодарского края [электронный ресурс] / Министерство природных ресурсов Краснодарского края. URL: [http://mprkk.ru/media/main/attachment/attach/5\\_\\_doklad\\_ob\\_oos\\_kk\\_v\\_2015.pdf](http://mprkk.ru/media/main/attachment/attach/5__doklad_ob_oos_kk_v_2015.pdf) (дата обращения: 19.03.2017).
9. Социальная поддержка жителей Краснодарского края за 2016 год [электронный ресурс] / Министерство труда и социального развития Краснодарского края. URL: <http://www.sznkuban.ru/socpodn234118.html> (дата обращения: 23.03.2017).
10. Доклад о результатах Министерства гражданской обороны и чрезвычайных ситуаций Краснодарского края [электронный ресурс]. URL: [https://www.mrbkk.ru/docs/economics/Doklad\\_o\\_rez\\_deyat\\_zh\\_2015.pdf](https://www.mrbkk.ru/docs/economics/Doklad_o_rez_deyat_zh_2015.pdf) (дата обращения: 23.03.2017).
11. Главное управление МВД России по Краснодарскому краю [электронный ресурс]. URL: <https://23.xn--b1aew.xn--plai/news/item/9289525> (дата обращения: 23.03.2017).

**УДК 368.1:338.48**

**Ю.В. Сероштанова, студент**

*Научный руководитель: Е.И. Васильченко, доцент*

*г. Краснодар, Кубанский государственный аграрный университет им. И.Т. Трубилина*

## **СТРАХОВАНИЕ ТУРИЗМА**

Страхование в туризме – особый вид, обеспечивающий страховую защиту имущественных (материальных) интересов граждан во время туристских поездок, путешествий, шоп-туров и т.п. Относится оно к рисковому виду страхования, наиболее характерной чертой которых является их кратковременность (не более 6 месяцев), большая степень неопределенности времени наступления страхового случая и величины возможного ущерба (убытка).

Под страхованием туристов обычно подразумеваются добровольное медицинское страхование на случаи внезапного заболевания, смерти (гибели) или телесных повреждений в результате несчастного случая во время тура; имущественное страхование личного имущества и багажа, перевозимого (переносимого) с собой; страхование гражданской ответственности перевозчиков туристов и автотуристов (автопутешественников) за возможный вред (ущерб), причиненный третьим лицам или окружающей природной среде. Однако перечисленное – не единственный вид услуг, которые могут предложить путешественникам страховые компании.

Отдельное внимание при планировании путешествия стоит уделить страхованию собственного здоровья. В пакет туроператора обычно входит минимальный полис со страховой суммой в 30 тыс. евро. При оказании серьезной медицинской помощи этой суммы может и не хватить.

Рейтинг самых распространенных заболеваний:

1. Воспалительные заболевания дыхательных путей (30%).
2. Острый гастроэнтерит (8,6%).
3. Острый отит (7,3%).
4. Ушибы, вывихи, растяжения (6,6%).
5. Травмы (почти 6%).

В летнем сезоне – 2014 туристы чаще всего пользовались страховкой в Болгарии. Страховая компания INTOUCH собрала статистику обращений за страховыми выплатами среди отдыхающих с 1 июня по 31 августа 2016 года.

Чаще всего в медицинской помощи нуждались туристы в Болгарии (30%). Далее по числу обращений идут отдыхающие в Греции (15%), Испании (8%) и Таиланде (7%). Пятое место поделили Турция (5%) и Черногория (5%). 82% туристов обращались за экстренной амбулаторной помощью, 7% воспользовались услугами стоматолога и 4% прибегли к экстренной стационарной помощи. Реже со страховой компанией связывались из-за задержки рейса (3%) или потери багажа (3%) [4, с. 528].

«Российские туристы часто выбирают Болгарию по нескольким причинам: доступные цены, комфортный климат и хорошее отношение местного населения. По-прежнему пользуются популярностью Греция и Турция, возрастает интерес к сравнительно новому направлению Юго-Восточной

Азии. Но любой пляжный отдых связан со стрессом для организма. Резкая смена климата, чрезвычайно активное солнце и непривычные продукты питания дают о себе знать. Отсюда частые обращения к врачам», – прокомментировал статистику Михаил Ефимов, директор по страхованию компании INTOUCH [1, с. 320].

Список страховых компаний Краснодара, предоставляющих услугу «Страхование туристов».

1. Страховая компания «БИН страхование», 350038, Краснодарский край, г. Краснодар, ул. Северная, д. 443 / ул. Корницкого, д. 51 оф. 208, 209.
2. Страховая компания «ВТБ Страхование», г. Краснодар, ул. Красных партизан / 1-й проезд Пластунский, д. 527 / 37.
3. Страховая компания «Оранта», Краснодар, ул. Северная, д. 326.
4. Страховая компания «Проминстрах», Российская Федерация, г. Краснодар, ул. Северная, д. 425.
5. Страховая компания «СОГАЗ», 350015, Краснодарский край, г. Краснодар, ул. Путевая, д. 1.

Договором страхования является соглашение между Страховщиком и Страхователем, в соответствии с которым Страховщик обязуется за обусловленную договором плату (страховую премию), при наступлении предусмотренного в договоре события (страхового случая) выплатить Страхователю или иному лицу, в пользу которого заключен договор (Застрахованному, Выгодоприобретателю), страховое возмещение в пределах определенной договором суммы (страховой суммы) [2, с. 320].

Договор страхования в части страхования медицинских расходов, страхования от несчастных случаев, страхования багажа, страхования расходов, возникших вследствие отмены поездки, страхования дополнительных расходов считается заключенным в пользу лиц, указанных в качестве Застрахованных в договоре страхования (полисе).

При заключении договора страхования Страхователь предоставляет Страховщику следующую информацию:

- фамилию, имя и отчество в соответствии с паспортом;
- паспортные данные: серию, номер, кем выдан, дату выдачи;
- полное наименование (если страхователем является юридическое лицо);
- адрес регистрации;
- юридический адрес (если страхователем является юридическое лицо);
- основной государственный регистрационный номер (ОГРН) (если страхователем является юридическое лицо);
- идентификационный номер налогоплательщика (ИНН) (если страхователем является юридическое лицо);
- код причины постановки на учет (КПП) (если страхователем является юридическое лицо);
- код общероссийского классификатора предприятий и организаций (ОКПО) (если страхователем является юридическое лицо);
- контактный номер телефона;
- адрес электронной почты;
- адрес для корреспонденции;
- данные о лицах, которые будут являться Застрахованными по договору страхования: фамилии, имена, отчества (в русской или латинской транскрипции), даты рождения;
- адреса и номера контактных телефонов родственника Застрахованного или иного лица, с которым Страховщик и/или Сервисная компания могли бы связаться при наступлении страхового случая;
- названия стран, на территории которых должен действовать договор страхования;
- цель поездки;
- предполагаемые дату начала и окончания периода пребывания вне территории постоянного места жительства.

Страховым риском в соответствии с настоящими Условиями являются несчастный случай или острое заболевание, возникшие в период выезда Застрахованного за пределы постоянного места жительства и повлекшие за собой необходимость медицинских и иных расходов на оказание следующих услуг:

1. Экстренной медицинской помощи;
2. Экстренной стоматологической помощи;
3. Услуг по медицинской транспортировке;
4. Посмертной репатриации;
5. Сопутствующих транспортных услуг.

Общая сумма страховых выплат, полагающихся к выплате в соответствии с настоящей Таблицей в связи с наступлением одного страхового случая, не может превышать 100% от страховой суммы, установленной договором страхования. В случае получения застрахованным повреждений или увечий (в т.ч. одной конечности) по нескольким пунктам, перечисленным в одном разделе Таблицы, страховая выплата производится только по пункту, учитывающему наиболее тяжелое повреждение (большой процент выплаты) [3, с. 256].

#### Литература

1. Гвозденко, А.А. Основы страхования / А.А. Гвозденко. – М.: Финансы и статистика, 2014. – 320 с.
2. Сплетухов, Ю.А. Страхование / Ю.А. Сплетухов, Е.Ф. Дюжиков. – М.: ИНФРА-М, 2016. – 320 с.
3. Страхование. – М.: Лениздат, 2014. – 256 с.
4. Страховое дело. – М.: Банковский и биржевой научно-консультационный центр, 2014. – 528 с.

УДК 336.77

**Ю.В. Сероштанова, студент**

*Научный руководитель: И.А. Дикарева, ст. преподаватель  
г. Краснодар, Кубанский государственный аграрный университет им. И.Т. Трубилина*

## ЗНАЧЕНИЕ КРЕДИТОВАНИЯ МАЛОГО БИЗНЕСА В ЭКОНОМИКЕ

Очень важной и интересной проблемой, широко изучаемой и обсуждаемой сегодня в нашей стране, является развитие малого бизнеса.

Кредитование малого бизнеса – это банковская услуга, которая предназначена для индивидуальных предпринимателей, представителей малого бизнеса и предприятий, осуществляющих свою деятельность в сфере предоставления услуг, производства и торговли.

Актуальность данной статьи состоит в определении роли кредитования малых предприятий в масштабах российской экономики и значением их как потребителя банковских услуг.

В экономике любой страны, характеризующейся рыночной системой, малый бизнес играет большую роль. В нашей же стране зачастую роль малого бизнеса незаменима при решении наиболее важных экономических и социальных задач. Не требуя значительных затрат со стороны государства, малый бизнес приводит в устойчивое состояние социальную ситуацию в стране, решая проблемы, связанные с социальной напряженностью и занятостью населения.

В данной статье мы рассмотрим значение малого бизнеса с двух сторон:

- 1) Конкретно для человека, занимающегося данным видом деятельности.
- 2) Для экономики в целом.

Непосредственно для индивида, значение малого бизнеса заключается в следующем:

а) а) Является возможностью улучшения качества жизни и увеличения собственного дохода, путем образования собственного бизнеса. В данном аспекте важны 2 момента – возможность увеличения дохода и повышения собственной самооценки.

б) б) предоставление товаров и услуг в сферах, которые неинтересны среднему и большому бизнесу. Позволяет человеку удовлетворять возникающие время от времени бытовые потребности.

Для экономики является значимым по следующим причинам:

а) а) Сокращает количество безработных в стране. Даже если учесть, что предприниматель возьмет на себя большую часть обязанностей, у него по-прежнему останутся вопросы, для решения которых не будет хватать времени, а значит, каждый новый предприниматель будет нуждаться в наемном труде, что будет увеличивать количество занятых в экономике. В 2016 году малый бизнес обеспечил, по предварительным данным, 20% занятости в России. Для сравнения, в США данный показатель составляет порядка 62%, в КНР и Египте – по 80%, в ЕС – 70%.

б) б) Увеличивает ВВП страны. Предприниматель, создавая бизнес, выходит на рынок с определенной идеей, осуществление которой будет способствовать увеличению ВВП конкретного региона, а значит и страны в целом. В США доля малого бизнеса в ВВП страны составляет около 50%, в ЕС – порядка 65%, в КНР и Бразилии – по 60%, в России в 2016 году доля малого бизнеса в ВВП страны составила 17%.

в) в) Способствует повышению налоговых поступлений. Если бизнес не приносит прибыли, под налогообложение попадают заработная плата работников, объекты собственности.

г) Обеспечивает модернизацию экономики и общественный прогресс. При определенном уровне конкуренции, для повышения эффективности деятельности бизнеса предпринимателю придется использовать определенные новшества в целях создания конкурентоспособного.

Таким образом, вклад малого бизнеса в развитие экономики и общества очевиден, однако предпринимателю не всегда хватает собственных средств для развития и поддержания бизнеса, особенно в периоды нестабильной экономической ситуации в стране, а также в первые годы образования нового бизнеса. Поэтому одной из наиболее острых задач бизнесмена является поиск средств на развитие предпринимательской деятельности и поддержание финансовой самостоятельности [1, с. 75–79].

Решить поставленные перед предпринимателем задачи позволяет хорошо отрегулированная система кредитования малого бизнеса.

Главной проблемой при предоставлении кредита малым предприятиям является их финансовая «непрозрачность». Как правило, для многих предприятий иметь своего юриста и бухгалтера – роскошь. Упрощенная финансовая отчетность, отсутствие полноценной бухгалтерской документации – эти меры становятся препятствием для получения кредита.

Технология взаимодействия банков с малыми предприятиями также несовершенна. На то, чтобы обработать один запрос, уходит очень большое количество времени и средств. Полная стоимость кредитования для малых предприятий сегодня составляет 15–20% годовых, при наличии поручителей и залогового имущества. Европейская система кредитования в этом случае работает эффективно за счёт разработанных на западе скоринговых систем обработки заказа [4, с. 241–244].

На сегодняшний день российские банки готовы принять самое полное участие в прибылях малого предпринимательства. Кредитования этого сектора экономики входит в список основных задач для многих крупных банков страны. Это, в свою очередь, говорит о перспективах во взаимоотношениях частных предпринимателей с банками.

Можно выделить следующие перспективные направления развития кредитования субъектов малого бизнеса в России:

Одна из главных задач, которая повысит перспективы кредитования малого предпринимательства, – это увеличение выдачи кредитов частным предпринимателям. Для получения кредита бизнесмен должен выполнить ряд требований, которые выдвигают различные банки. Затем частный предприниматель должен ждать некоторое время, чтобы получить заключение специалиста. Нормализовав данную процедуру, банки смогут выдавать кредиты не только в центральных, но и в дочерних офисах [2, с. 54–56].

Также, комплекс мероприятий по развитию офисных сетей банков, где частный предприниматель сможет быстро получить кредит, приведет к более жесткой конкуренции, что будет стимулом как для понижения процентных ставок по кредитам, так и для увеличения количества кредитных программ для малого бизнеса.

Перспективами развития кредитования малого бизнеса в нашей стране также может выступить совершенствование механизмов возврата кредита недобросовестными заемщиками. В настоящее время процесс возврата долгов очень сложен, что заставляет банки отказываться от развития кредитования малого бизнеса.

Возможность получить кредит для малого бизнеса всегда является одним из главных условий его существования, поскольку уже на втором году своей деятельности около 60% российских предпринимателей требуются заемные деньги. Причем речь идет о кредитах с достаточно низкой кредитной ставкой, выдаваемых на как можно более длительный срок [3, с. 484–510].

В настоящее время кредитование малого бизнеса в России медленно, но набирает обороты, количество банков, готовых предоставлять кредит малому бизнесу увеличивается из года в год.

На сегодняшний день, основными требованиями банков при выдаче кредитов предпринимателям являются следующие:

- 1) Заемщик должен иметь чистую кредитную историю.
- 2) Он должен представить доказательства того, что его бизнес работает не менее полугода.

Впрочем, определяющим обстоятельством для согласия банка на выдачу кредита предпринимателю, является уверенность в успешности его бизнеса, то есть, в том, что он приносит постоянный доход, достаточный для погашения кредита.

Если предприниматель удовлетворяет данные требования, то, даже без залога он может получить кредит до 3,5 млн рублей. Большинство банков, у которых есть специализированные структуры для работы с малым бизнесом, ограничивают кредит суммой, равной 1 000 000 – 1 500 000 рублей.

Это относится к таким крупным банкам, как Промсвязьбанк, Русь-Банк, Инвесторбанк и целый ряд других.

Кредит, как правило, дается сроком на 1–2 года. Однако, есть банки, например, Траст, у которых этот срок достигает пяти лет.

При этом, ставка может опускаться до 10% годовых, но в среднем она составляет 18–19%.

В большинстве случаев перед заключением договора заемщику придется заплатить комиссию от 0,5% до 5% от суммы кредита за организационные расходы [5, с. 245–247].

Из вышесказанного ясно, что, несмотря на положительные тенденции, кредитование малого бизнеса в России находится в сравнении с западными странами на низком уровне. В последние годы получили развитие государственные программы по поддержке кредитования малого бизнеса, но ситуацию им пока переломить не удалось.

#### **Литература**

1. Аджиева А.Ю. Роль и значение аграрно-промышленной интеграции в условиях финансового кризиса // TerraEconomicus. 2009. Т. 7. № 3-2. С. 75–79.
2. Мисаков А.В., Аджиева А.Ю., Дикарева И.А. Задачи аудита финансовых результатов // International scientific review. 2016. № 11 (21). С. 54–56.
3. Дикарева И.А., Баранников А.А. Комплексный дуаспективный анализ механизма функционирования российских фондовых бирж // Политематический сетевой электронный научный журнал Кубанского государственного аграрного университета. 2014. № 96. С. 484–510.
4. Аджиева А.Ю., Дикарева И.А. Некоторые подходы к аудиту финансовых результатов // Новая наука: Теоретический и практический взгляд / отв. ред. И.Н. Пилипчук. 2016 С. 241–244.
5. Аджиева А.Ю., Дикарева И.А. Необходимость внедрения системы внутреннего контроля на предприятие и пути совершенствования // Новая наука: Теоретический и практический взгляд / отв. ред. И.Н. Пилипчук. 2016 С. 245–247.

**УДК 658**

***В.Г. Симцов, магистрант***

*Научный руководитель: Н.А. Куранова, канд. экон. наук, доцент  
г. Тюмень, Тюменский государственный университет*

## **ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ МАРКЕТИНГОВОЙ КАМПАНИИ В СЕТИ ИНТЕРНЕТ НА ПРИМЕРЕ КОНТЕКСТНОЙ РЕКЛАМЫ**

Сеть Интернет, получившая столь бурное развитие за последнее десятилетие, повлекла за собой не только глобальное вовлечение домашних хозяйств и коммерческих организаций в процесс онлайн-коммуникаций, но и явилась неизбежным катализатором развития уникальных технологических отраслей, предлагающих качественно новые технологии и инструменты для распространения и упрощения онлайн-коммуникаций. Более того, с каждым днем их уровень становится все более совершенным. Во многом это обусловлено свойством Интернета, позволяющим получать быстрый и качественный отклик аудитории и оперативно внедрять новые разработки, соответственно потребностям. Возможность многократного расширения целевой аудитории, отсутствие географических ограничений, высокая скорость передачи данных, наличие отклика и его высокое качество, обусловленное, в том числе, и анонимностью, повышение производительности труда и сокращение издержек – все эти факторы явились основной причиной столь массового вовлечения компаний в электронную коммерцию и онлайн-коммуникации, как в одно из приоритетных направлений своего продвижения. В связи с этим, все большую актуальность приобретает такое направление электронной коммерции, как интернет-маркетинг.

На сегодняшний день интернет-индустрия является наиболее активно развивающимся сегментом экономики страны. За последние годы Рунет вышел в европейские лидеры по целому ряду показателей: самая обширная аудитория и самые крупные компании в Европе, самая активная доля рынка рекламы по региону и четвертое место по объему инвестиций в неё, пятое место по обороту электронной коммерции. Однако, в отличие от большинства европейских стран, Рунет имеет существенный запас роста по всем указанным позициям и многим другим направлениям инновационной экономики страны [4, с. 2].

Тенденция массового выхода тысяч российских компаний в глобальную сеть постепенно создает конкурентные условия для их продвижения в Интернет, во многом сравнимые с деятельностью

«офф-лайн». По оценке РАЭК, объем интернет-рынков на 2016 год составил 1581,34 млрд руб, а объем рынка электронных платежей – 685,9 млрд руб, что в сумме эквивалентно 2,8% ВВП России. В свою очередь, объем экономики рынков, зависимых от Интернета, еще по итогам 2015 года перешагнул планку, эквивалентную 19% ВВП [3, с. 101]. Если два года назад вопрос заключался в присутствии компании в сети Интернет, что давало колоссальное конкурентное преимущество, ввиду масштабов рынка, то на сегодняшний день высокая конкуренция заставляет компании искать наиболее эффективные методы реализации коммуникации бренда с потребителем – встает вопрос качества планирования кампаний [2, с. 47]. В этой связи возникает проблема точной оценки экономической эффективности конкретных инструментов интернет маркетинга, а также исследования методик их взаимодействия, как единой системы, с целью разработки наиболее оптимальных коммуникационных стратегий в сети интернет.

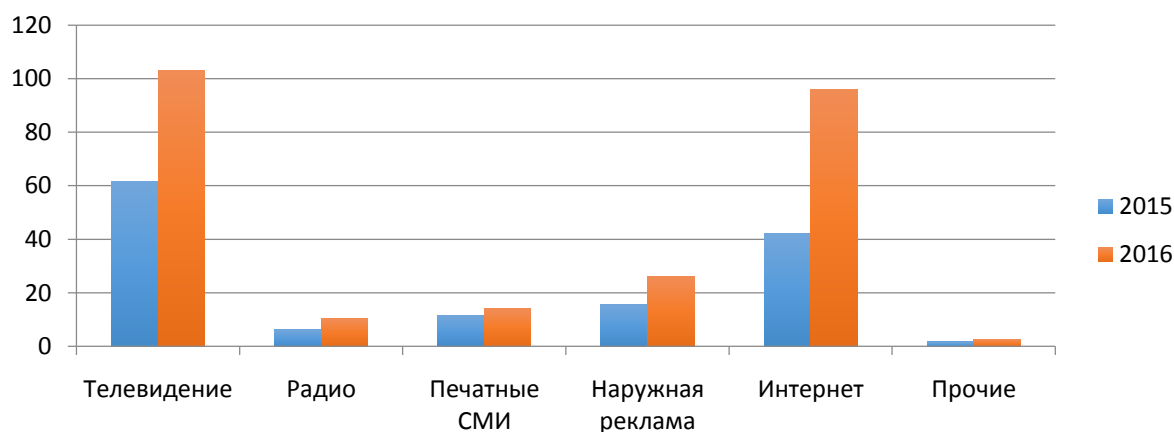


Рис. 1. Динамика сегментов рекламного рынка России в 2015 г. [1]

Одним из неоспоримых плюсов интернет-маркетинга является тот факт, что результаты работы его инструментов в наибольшей степени поддаются подсчету и оценке.

В настоящее время существуют работы, рассматривающие инструменты интернет-маркетинга, однако в них не уделяется должного внимания анализу статистической информации, необходимой для повышения их эффективности и эффективности интернет-рекламы, в частности, как неотъемлемой части системы маркетинговых коммуникаций предприятия и ведущему элементу в системе продвижения.

Так, согласно оценке РАЭК, только за 2016 год затраты рекламодателей на контекстную рекламу составили 102 млрд руб., что показало относительный рост на 27% [3, с. 41]. Тем самым контекст подтвердил свое первое место в рекламном сегменте сети Интернет, включающем в себя следующие рынки:

1. Веб-разработка и мобильная разработка – услуги в области разработки интернет-сайтов и мобильных приложений
2. Контекстная реклама – услуги по размещению релевантных рекламных объявлений с оплатой за результат
3. Медийная реклама (Display) – размещение рекламы внутри медийного контента
4. Видеореклама – услуги по продвижению товаров и услуг внутри размещаемого в сети Интернет видеоконтента
5. Маркетинг в социальных сетях (SMM) – услуги по продвижению товаров и услуг, а также по связям с общественностью посредством социальных медиа
6. Поисковая оптимизация – услуги в области повышения позиций сайтов в результате поиска информации, соответствующей тематике сайта, через поисковые системы [4, с. 10].

Замедление роста рынка контекстной рекламы в 2015 году (около 15%) эксперты связывают с продолжением экономического спада. В результате произошло сокращение бюджетов. Тем не менее, в предстоящем периоде ожидается возобновление роста, поскольку именно контекстная реклама меньше всего зависит от общей финансовой ситуации [4, с. 19].

Опираясь на приведенные статистические данные, можно сделать вывод о том, что, несмотря на обилие инструментов интернет-маркетинга, применяемых в стратегиях по коммуникации компаний в интернете, одним из основных инструментов является именно контекстная реклама. Увеличение эффективности отдачи от данного инструмента может существенно повлиять на издержки и ре-

зультаты маркетинговой кампании в интернете в целом. Данный факт явился причиной более детального изучения вопроса отдачи от контекстной рекламы, как наиболее востребованного рекламного инструмента, и выбора методологии более эффективной её оценки, с целью улучшения результатов кампании будущем.

В настоящее время, эффективность контекстной рекламы подсчитывается путем оценки ключевых показателей, с использованием аналитического программного комплекса компаний, предоставляющих услуги по размещению контекстной рекламы, в качестве основного, в то время, как рынок аналитического программного обеспечения не стоит на месте. Одним из новейших инструментов, призванных оценить и повысить эффективность каналов продвижения в сети Интернет, явилась система колл-трекинга. Поскольку интернет-технологии имеют тенденцию регулярного совершенствования, целесообразность интеграции традиционных методов с новейшим программно-аппаратным комплексом не подвергалась достаточному изучению и остается спорной. Также не определен сегмент бизнесов, использование дополнительных систем которыми является необходимым.

Традиционно, в настоящее время, изолированная оценка эффективности контекстной рекламы осуществляется на основе ряда ключевых показателей:

1. Средний CTR рекламной кампании

CTR – это отношение количества кликов по контекстному объявлению к общему числу показов данного объявления. В первую очередь, данный показатель отражает качество написания объявления и правильность места размещения.

Значения CTR доступно в статистике рекламной кампании в Яндекс.Директ или Google AdWords.

2. Средняя цена клика по рекламному объявлению (CPC)

В системах контекстной рекламы оплата производится лишь за тех пользователей, которые перешли на сайт, кликнув по объявлению. Стоимость клика на начальном этапе помогает определить, окупится ли рекламная кампания или нет.

3. Показатель CPA или стоимость целевого действия

В данном случае производится оценка затрат бюджета на одно целевое действие (им может быть заявка, переход, клик, звонок и другие).

4. Показатель CPS или стоимость продажи

Позволяет определить уровень всех затрат на пути к результирующему действию – продаже. Является одним из важнейших показателей, отражающих конечную результативность инструмента или группы инструментов.

5. Показатели конверсии трафика из контекстной рекламы

Именно благодаря осведомленности о проценте конверсии, несмотря на то, что конверсия, в данном случае, является показателем эффективности посадочной площадки или сайта, возможна оценка окупаемости затрат на рекламу. Приведем простой пример:

Предположим, что на основании статистики компании о конверсии обращений известно, что из 100 заявок с сайта в клиентов превращаются, в среднем, 30 из них. Если трафик на сайт с контекстной рекламы составил 3 000 посетителей, а 120 из них осуществили звонок по номеру телефона, указанному на сайте (либо отправили с сайта заявку), то конверсия составит 4%. Всего затраты на клики составили 30 000 рублей, значит, средняя цена клика составила 10 рублей (CPC). Также, поделив 30 000 рублей на 120 заявок, получим стоимость заявки (CPA, или стоимость целевого действия) – 250 рублей. Поскольку известно, что конверсия из заявки в клиента составляет 30% (в данном случае 36 клиентов), то, в итоге, один клиент с данной рекламной кампании обходится рекламодателю в 833 рубля (показатель CPS – стоимость продажи).

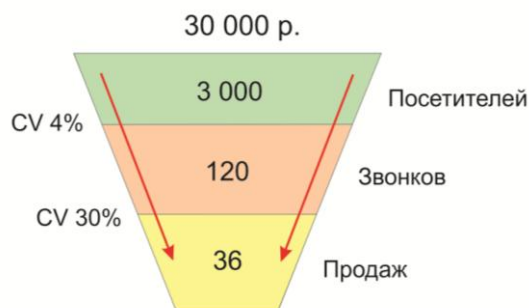


Рис. 2. Воронка продаж при заданных параметрах контекстной рекламы



Логично предположить, что если прибыль с клиента превышает затраты на его привлечение, то рекламная кампания окупается и является относительно эффективной – в данную рекламную кампанию можно продолжать вкладывать деньги, работая над улучшением её показателей.

В том случае, если компания не занимается розничной продажей товаров, когда покупка может быть совершена напрямую с сайта компании, или же в ситуации, когда большая часть обращений клиентов происходит не через онлайн-формы, а по телефону, как правило, возможностей веб-аналитики становится недостаточно для оценки эффективности рекламы. Данный факт является актуальным для абсолютного большинства компаний, выходящих в Интренет, как на дополнительную площадку для продвижения и продажи своих товаров и услуг, а не использующих сеть как единственную среду своего размещения и развития.

В данном случае, для более эффективного управления рекламным бюджетом и максимально точного определения точек воздействия, необходимо включение в структуру аналитики инструментов для замера поканальной конверсии трафика в звонки и продажи. Необходимо учитывать количество звонков, поступающих в результате рекламных кампаний, с каких кампаний и объявлений поступают звонки, по каким ключевым запросам, сколько телефонных звонков и с каких запросов конвертируются в продажи.

В настоящий момент, таким инструментом может выступать метод колл-трекинга (call tracking) – система отслеживания звонков клиентов, посетивших сайт. Метод подразумевает привязку отдельного телефонного номера каждому из рекламных каналов, с публикацией данного номера в соответствующем ему рекламном источнике. Однако данный метод позволяет лишь отфильтровать наиболее или наименее результативную кампанию, что является грубым и не достаточно объективным результатом, учитывая природу контекстной рекламы, позволяющей включать множество рекламных объявлений в одну кампанию.

Для решения данной проблемы необходимо создание такого программного модуля, который мог бы определять конкретное объявление, как источник звонка и сохранять статистическую информацию по каждому из объявлений кампании, звонки с которых поступают на один телефонный номер, определять качество обработки звонков и показателей с ним связанных. Также, для большей эффективности, необходимо осуществлять сбор и сохранение всех возможных данных о поведении посетителя на сайте, для более детального анализа и формирования статистических данных для дальнейшей оптимизации.

Современные технологии позволяют увязывать средства IP-АТС с корпоративной CRM-системой. Интеграция метода колл-трекинга с данным программным комплексом, модулем распознавания меток рекламного объявления и кодом персональной сессии, создает целостную систему детального отслеживания и учета звонков в разрезе рекламных кампаний.

Результирующая оценка конверсии каждого рекламного канала позволяет повысить эффективность распределения рекламного бюджета, увеличить количество целевых звонков, поступающих в результате работы контекстной рекламы.

Статистика CRM-системы по звонкам позволяет определить соотношение принятых и потерянных вызовов, телефонные номера потерянных вызовов, уровень загрузки по часам и длительность разговоров, также система имеет возможность сохранять полную информацию по всем входящим вызовам, что расширяет возможности для анализа и корректировки, а значит и повышения эффективности кампаний в целом. Возможности IP-АТС позволяют повысить качество принимаемых звонков, посредством их распределения, записи и последующего детального анализа. Отслеживание поведения посетителя по персональной сессии позволит получить и сохранить всю информацию о глубине, пути просмотра страниц и временных данных по каждой из них, а также, благодаря CRM-системе, привязать полученную информацию к номеру телефона и всей статистике по звонку.

Для сравнения эффективности методов оценки, обратимся к примеру расчета показателей контекстной рекламы, приведенному выше.

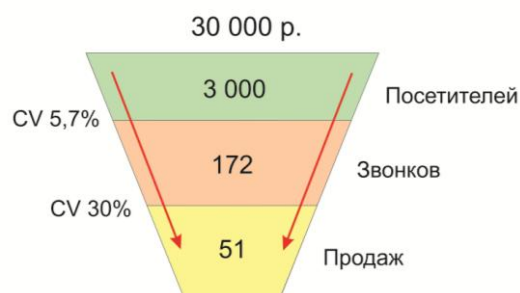


Рис. 3. Воронка продаж после оценки контекстной рекламы с применением колл-трекинга

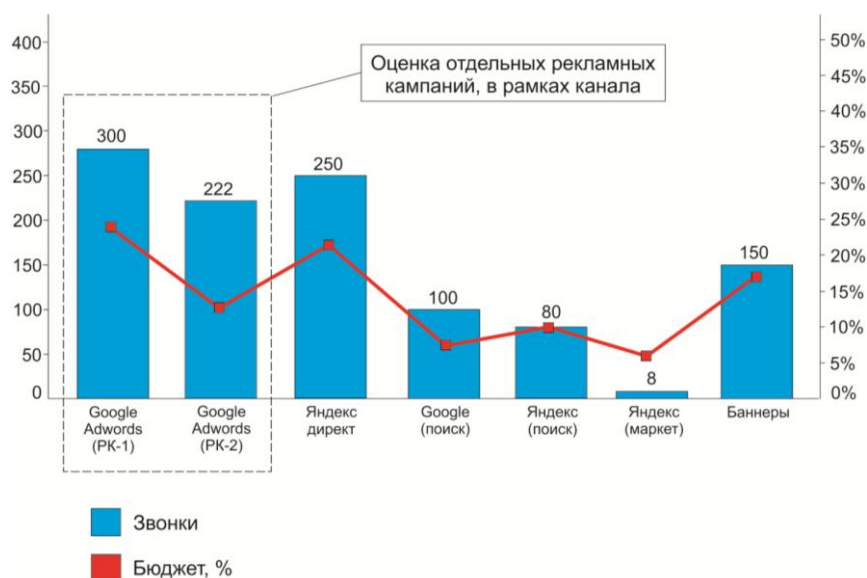
При бюджете в 30000 рублей, с исходной рекламной кампании, на сайт также перейдут 3000 пользователей. При исходной конверсии сайта, равной 4%, звонок совершат 120 посетителей. Предположим, что исходная рекламная кампания состоит из трех кампаний-каналов, содержащих объявления, объединенные по ряду признаков. Если статистика, собранная на основе приведенного метода колл-трекинга, покажет, что первый канал принес 80 звонков, второй – 35 звонков, а третий – 5 звонков из 120, при равном распределении бюджета между каналами, размером в 10000 рублей, то станет очевидно, что третья рекламная кампания показывает отрицательную рентабельность и от нее следует отказаться. Поскольку конверсия из звонков в продажи составляет 30% (36 клиентов, стоимостью 833 рубля каждый), то третий канал принесет лишь одну продажу из 36. При распределении свободного бюджета между двумя каналами, получим прирост звонков в 1,5 раза на канал – 120 и 52 звонка соответственно. При конверсии в 30%, результат составит 36 и 15 продаж соответственно, 51 продажа в сумме. Данный результат на 15 единиц превышает результаты рекламной кампании изначальной конфигурации и показывает рост эффективности на 41%, при снижении показателей затрат на звонок (CPA) и продажу (CPS), а также, при сохранении исходного бюджета, и значительный рост ROI рекламной кампании. Таким образом, отказ от третьего рекламного канала и распределение его доли бюджета, между более эффективными каналами, позволит поднять продажи компании, а анализ эффективности отдельных объявлений позволит поднять показатель конверсии отстающего канала в будущем.

Таблица 1

Сравнение результатов оценки рекламной кампании

Показатель	Исходное значение	Значение после оценки	Разница абсолютная, ед.	Разница относительная, %
Стоимость клика (CPC), руб.	10	10	-	-
Количество посетителей, ед.	3000	3000	-	-
Конверсия в звонки, %	4	5,7	1,7	42,5
Количество звонков, ед.	120	172	52	43
Конверсия в продажи, %	30	30	-	-
Количество продаж, ед.	36	51	15	41,6
Стоимость звонка (CPA), руб.	250	174	-76	-30,4
Стоимость клиента (CPS), руб.	833	588	-245	-29,4

Приведенный в данной статье метод оценки эффективности применим, по аналогии, и к другим инструментам маркетинговой кампании в интернете, как отдельным рекламным каналам, результатом работы которых является привлечение потенциальных клиентов на приземляющую страницу сайта. Для подсчета конверсии и оценки всех используемых каналов, подключаются дополнительные телефонные номера под каждый из них (SEO, контекст, SMM, медийная реклама). Посредством выявления эффективных и неэффективных каналов, данный метод может помочь сэкономить существенную часть рекламного бюджета.



**Рис. 4. Соотношение количества звонков, приносимых каналом продвижения, и долей бюджета, выделяемых на канал, в рамках комплексной маркетинговой кампании**

Таким образом, использование такого элемента как колл-трекинг позволяет значительно сократить издержки на продвижение продуктов и услуг компаний в сети Интернет и повысить эффективность маркетинговой кампании в целом, а значит, и увеличить продажи. Результаты анализа могут быть использованы при оптимизации отстающего рекламного канала, путем удаления неэффективных объявлений, съедающих рекламный бюджет, и добавления более релевантных, соответствующих интересам целевой аудитории. Использование IP-ATC и CRM-системы в маркетинговой кампании позволит значительно повысить показатель конверсии звонков в продажи, путем сокращения потерянных вызовов, сокращения времени ожидания и оценки качества обработки звонков, а также повысить эффективность самой маркетинговой кампании, путем сохранения данных о звонках, клиентах и о рекламном источнике, для последующего анализа.

#### Литература

1. Объем рекламы в средствах ее распространения в январе-сентябре 2016 года [Электронный ресурс] / АКАР. – Режим доступа: [http://www.akarussia.ru/knowledge/market\\_size/id7077](http://www.akarussia.ru/knowledge/market_size/id7077) (дата обращения: 30.03.2017).
2. Успенский, И.В. Интернет-маркетинг: Учебник / И.В. Успенский. – СПб.: Изд-во СПбГУЭиФ, 2003. 197 с.
3. Цифровая экономика 2016. Исследование экономики рынков интернет-сервисов и контента в России [Электронный ресурс] / Ассоциация электронных коммуникаций. – Режим доступа: <http://raec.ru/activity/analytics/> (дата обращения: 30.03.2017).
4. Экономика Рунета 2014–2015. Исследование экономики рынков интернет-сервисов и контента в России [Электронный ресурс] / Ассоциация электронных коммуникаций. – Режим доступа: <http://raec.ru/analytics/detail.php?ID=4800> (дата обращения: 30.03.2017).

УДК 339.138

**М.А. Скобликов, студент**

*Научный руководитель: И.А. Быченкова, канд. филос. наук, доцент  
г. Новосибирск, Новосибирский государственный университет экономики и управления*

## РАЗВИТИЕ МАРКЕТИНГА В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ (SMM) В НОВОСИБИРСКЕ И ОБЛАСТИ

Несколько лет назад социальные сети были развлечением, век которого относительно недолог. Различные из них приходили и уходили, и только некоторые из них добрались до вершины и теперь принимают участие в распространении рекламы, PR и, согласно последним отчетам, имеют отделы по общению с клиентами в ведущих компаниях. Одним из наиболее актуальных вариантов продвижения бизнеса в интернете является SMM. Для того чтобы принять решение о целесообразности использования SMM для бизнеса необходимо определить преимущества и недостатки данного вида

продвижения. SMM расшифровывается как Social Media Marketing или Маркетинг в социальных медиа. SMM-продвижение представляет собой привлечение трафика маркетологами через социальные медиа. Социальные медиа – это веб-ресурсы, созданные для общения пользователей в сети.

Booz&Company и Buddy Media считают, что Facebook, Twitter и YouTube теперь считаются краеугольными камнями в большинстве SMO-стратегий в крупных компаниях [8]. 94% опрошенных сказали, что Facebook является самым любимым сайтом, Twitter занимает второе место – 77% голосов, а YouTube – 42% голосов, хотя этот процент без сомнений увеличится, так как популярность и важность онлайн и мобильного видео продолжает расти. Компании предпочитают использовать SMM-технологии для изучения рынка, торговли или продажи, раскрутки продукта, внутренних переговоров и ряда других видов деятельности. Так как такие платформы, как Вконтакте и Instagram внедрялись в различные сферы продвижения услуг, все большее количество SEO-компаний с течением времени признают их важность. Около 40% SEO-компаний сообщили, что социальные сети, наравне с поисковым продвижением, включены в вопросы повышения рентабельности бизнеса. По результатам опроса был составлен список «факторов успеха» внутри компании, которая поднимает популярность кампаний в сфере SMM [2]. Способность быстро реагировать и адаптироваться, имея явного лидера и открытую словесную поддержку от руководства были в первых пунктах этого списка. Среди сфер бизнеса, в которых социальные сети дали наилучшие результаты, упоминались: раскрутка бренда, интерактивность и построение «живой ленты». Более 90% компаний считают, что участие респондентов способствует более эффективному продвижению товара на рынке. Еще одна популярная метрика включает доступность, пропаганду и «живую ленту» (информацию). Только 38% компаний могут связать идеи и продажи со своими рекламными кампаниями в социальных интернет-платформах, что делает их более конкурентно способными. В наше время социальные сети являются неотъемлемой частью практически любого бизнеса, т.к. позволяют создавать большой поток клиентов, а стоимость рекламы значительно ниже, чем в других источниках. Таким образом, SMM-специалист – это маркетолог, работающий в социальных сетях, деятельность которого заключается в профессиональном управлении людьми и процессами в рамках социальной платформы бренда.

Проблема оценки эффективности работы специалистов этой сферы состоит в том, что за маркетологов социальных сетей очень часто принимают администраторов групп Вконтакте, либо людей, которые могут настроить массфоловинг в Instagram. Однако, профессия SMMщика (жаргонное обозначение SMM-специалиста) более емкая и требует множества знаний в этой сфере. Данная профессия требует постоянного динамического обучения, чтобы быть в курсе последних трендов и знаний в этой области. Существует одна большая проблема: очень много некомпетентных специалистов предлагают свои услуги в сфере SMM, при разговоре они уверяют заказчиков в своем профессионализме, а после обращения заказчика к ним тратят бюджеты и портят имидж бренда.

В период с января по март 2017 года был проведен анализ сайтов таких бирж труда, как HeadHunter, zarplata.ru и avito.ru в Новосибирске [2]. Рабочей группой было установлено, что по данной специальности существует около 120 свободных вакансий, а средняя зарплата варьируется от 25000 до 65000 рублей. Интересна данная профессия тем, что работать можно удаленно и без отвлечения от основной работы или учёбы. Профессия SMM-специалиста – удачный выбор для любого студента или домохозяйки. И, что самое интересное, около 50% компаний готовы брать на работу сотрудников без высшего образования и опыта работы. Требуется лишь наличие базовых навыков, таких как умение составить контент, настроить таргетинговую рекламу в сети и так далее.

Новосибирский бизнес занимает далеко не последнее место в общероссийских рейтингах (шестое место по количеству инвестиций в основной капитал, восьмое по количеству предприятий и десятое по средней численности работников по данным РИА «ФедералПресс») [10]. По данным министерства промышленности, торговли и развития предпринимательства Новосибирской области в регионе зарегистрировано около 140 тыс. субъектов малого и среднего предпринимательства (с учетом индивидуальных предпринимателей), доля оборота которых в 2016 году по оценке составит около 50% от общего оборота организаций области. Новосибирская область сохраняет лидирующие позиции среди субъектов Сибирского федерального округа по количеству действующих на территории малых предприятий, их обороту, объему инвестиций в основной капитал, а также количеству занятых. Кроме того, Новосибирская область – это, в первую очередь, динамично развивающийся и технологично продвинутый регион. Помимо успешно действующего Технопарка в Академгородке в Новосибирске и области успешно внедряются самые современные технологии бизнеса. Запущена государственная программа «Развитие субъектов малого и среднего предпринимательства Новосибирской области», которая подразумевает целый ряд мероприятий по поддержке предпринимательства и помощи молодым предпринимателям [1].

На фоне перечисленных особенностей развития нашего региона в сфере бизнеса успешно развивается и SMM-маркетинг, который с каждым годом делает гигантские шаги в сторону прогресса, перенимая основополагающие передовые технологии у коллег из Москвы, Санкт-Петербурга и Запада. В таком успехе велика роль комплексного взаимодействия государства, предпринимателей и представителей научного сообщества Новосибирской области. В регионе уже несколько лет успешно существуют несколько бизнес-инкубаторов, еженедельно проводится множество обучающих мероприятий в сфере маркетинга на коммерческой и некоммерческой основе. Запущены обучающие курсы Первой Академии Маркетинга. В Новосибирских вузах традиционно идет набор на специальность «Реклама и связи с общественностью», где студентам дают профильное образование в сфере маркетинга. С одной стороны, запущены государственные программы развития и поддержки молодых предпринимателей, малого и среднего бизнеса. Все перечисленные мероприятия дают возможность практически любому студенту получить необходимые знания и начать свою карьеру интернет-маркетолога. Мы считаем, что Новосибирская область является одним из самых удачных регионов в России в плане поиска удаленной работы. Но особенности Сибирского региона и нашей страны в целом до сих пор не дают возможности решить проблему нехватки кадров в сфере SMM. С другой стороны, сегодня мы можем констатировать факт перенасыщения рынка труда неквалифицированными интернет-маркетологами. Поскольку возможность получить знания как никогда проста, появляется много суррогатного бесплатного обучающего контента в сети, который вводит в заблуждение молодых специалистов. С другой стороны, в нынешних условиях компаниям очень сложно найти по-настоящему ценные кадры в сфере SMM. Компании не понаслышке знакомы с эффективной ролью социальных сетей в бизнесе и готовы платить тем, ктократно увеличит прибыль путем использования Вконтакте, Инстаграмма и Одноклассников.

«Малый бизнес Новосибирской области стал лучшим в Сибири», – заявил в интервью РИА «ФедералПресс» Николай Симонов, министр промышленности, торговли и развития предпринимательства. Этот вывод был сделан по итогам 2015 года. Так, в прошлом году на предприятиях (без учета частных предпринимателей) занятость составляет 34,7% от среднесписочной численности работников всех предприятий и организаций. Доля оборота предприятий – 44,4% от общего оборота области. Заметим, что рост бизнеса продолжается и в кризис. Так, за четыре месяца этого года в Новосибирске было зарегистрировано 5044 юридических лиц, а за четыре месяца прошлого года – 4758 [9]. Спустя два года темпы увеличились, развитие социальных сетей и технологий тоже не стояло на месте. Сегодня мы видим огромные возможности региона в сфере SMM как для бизнесменов, так и для специалистов сферы интернет-маркетинга.

Не менее важными являются правовые аспекты рассматриваемой нами сферы деятельности. Является ли конкретное сообщение рекламой или же чем-то иным – один из принципиальных вопросов для рекламодателей, в особенности для тех, кто продвигает свои товары или услуги в сети Интернет, поскольку требования Федерального закона № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе), применяются только к такой информации, которая соответствует определению «рекламы». Статья 3 гласит: «Реклама – информация, распространенная любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке» [3]. Как следует из приведенного выше определения, информационное сообщение будет являться рекламой при условии соответствия двум признакам: (1) адресованность неопределенному кругу лиц; и (2) направленность на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке. Формальное несоответствие одному из этих признаков должно исключать возможность квалификации сообщения в качестве рекламы. Несмотря на кажущуюся ясность указанных критериев, определение «рекламы» часто становится предметом спора между регулятором – Федеральной антимонопольной службой России (далее – ФАС) – и участниками оборота.

«Под неопределенным кругом лиц понимаются те лица, которые не могут быть заранее определены в качестве получателя рекламной информации и конкретной стороны правоотношения, возникающего по поводу реализации объекта рекламирования. Такой признак рекламной информации, как предназначенность ее для неопределенного круга лиц, означает отсутствие в рекламе указания о конкретном лице или лицах, для которых реклама создана и на восприятие которых реклама направлена» [5]. Для социальных сетей признак «неопределенного круга лиц» имеет свое преломление. Так, например, администраторы публичных групп («пабликов») ВКонтакте могут утверждать, что размещаемые посты по определению не являются рекламой, так как круг лиц-адресатов заранее известен и ограничен подписчиками. Такой аргумент едва ли устоит в суде. Как правило, суды склонны не считать

рекламой только персонифицированные сообщения, где конкретный получатель однозначно и заранее известен. SMS-сообщения, рассылаемые мобильными операторами, признавались рекламой, даже несмотря на то что круг лиц (абонентов) в принципе заранее известен мобильным операторам [6]. Суд в данном случае указал, что специфика связи с абонентами (рассылка на конкретный номер) сама по себе не может являться основанием для квалификации информации как предназначенной исключительно для конкретного абонента.

В случае пабликов в ВКонтакте или Facebook администраторы не могут заранее знать всех получателей сообщений, ведь подписчики могут сделать репост, и сообщение появится в новостной ленте пользователей, которые не были заранее известны администраторам. Более того, администраторы открытых пабликов не могут заранее знать, кто может зайти на их страницу и увидеть рекламное сообщение. Такая же логика распространяется и на корпоративные страницы в социальных сетях, доступ к которым не ограничен. Таким образом, сообщения в социальных сетях в большинстве случаев будут рассматриваться в качестве адресованных неопределенному кругу лиц. Исключением из этого правила могут стать закрытые группы, администраторы которых заранее знают всех подписчиков и могут ограничить возможность делать «репосты» размещенных сообщений. Однако в настоящий момент описанные фактические обстоятельства не были предметом рассмотрения судов или ФАС, поэтому указанные характеристики (закрытая группа, отсутствие возможности «репостов») являются скорее аргументами в случае спора, нежели однозначным средством защиты.

Следующим важнейшим правовым аспектом является направленность на привлечение внимания. Что для маркетолога безусловно направлено на привлечение внимания, с точки зрения Закона о рекламе может быть просто информацией о товаре и, соответственно, рекламой не являться. «Не является рекламой информация о производимых или реализуемых товарах, размещенная на сайте производителя или продавца данных товаров или на страницах в социальных сетях производителя или продавца данных товаров, если указанные сведения предназначены для информирования посетителей сайта или страницы в социальной сети о реализуемых товарах, ассортименте, правилах пользования» [4]. В этой ситуации судебная практика идет по пути рассмотрения каждого конкретного случая в комплексе со всеми обстоятельствами дела. При определении признаков рекламы суды обращают внимание в первую очередь на ее способность закрепить образ объекта рекламирования в памяти потребителя. Например, информация об Автошколе «Форсаж», размещенная на странице ВКонтакте совместно с изображением актера Вин Дизеля, была определена судом в качестве рекламной, даже несмотря на несогласие самой ФАС [7]. Суд отметил, что актер является одним из главных героев одноименного кинофильма «Форсаж», «содержащего сцены с участием опытных гонщиков», и размещение его изображения на странице в социальной сети одновременно с информацией о деятельности Автошколы стимулирует интерес к ней, а также способствует продвижению ее услуг на рынке и формированию положительного к ней отношения. Стоит отметить, что не является рекламой информация о хозяйственной деятельности компании, акциях и мероприятиях, проводимых данной компанией и т.п. Исключением может стать информация, направленная на привлечение внимания к конкретному товару и его выделение среди однородных товаров, например, когда такая информация представлена в виде всплывающего баннера.

Признак направленности на привлечение внимания остается открытым для толкования судами в каждом конкретном деле. Например, описание состава алкогольного напитка может быть допустимым информационным сообщением, в то время как описание его вкусовых качеств уже может трактоваться в качестве рекламы. Участникам рынка рекламы, стремящимся максимально снизить коммерческие риски, стоит исходить из презумпции направленности на привлечение внимания любого сообщения.

Таким образом, специалистами выделяются основные преимущества SMM:

1. Раскрутка бизнеса не зависит от алгоритма работы поисковых машин.
2. Эффективное взаимодействие с пользователем на любых устройствах.
3. Социальные медиа дают возможность точного таргетинга.
4. Имеется наличие обратной связи с целевой аудиторией.
5. Пользователи не относятся к продвижению в социальных сетях, как к рекламе.
6. Широкий охват целевой аудитории.

Однако существует и ряд основных недостатков SMM, такие как:

1. Контент в социальных сетях быстро устаревает.
2. Не дает мгновенных результатов.
3. Меньшая популярность в сравнении с классическим поисковым продвижением.
4. Неразвитая аналитика.

Любой маркетинг начинается с того, что менеджеры выявляют потребности людей, вычисляют их интенсивность и объем, определяют возможности компании по их удовлетворению. Маркетологи продолжают работать над товаром на протяжении всего его жизненного цикла. Они пытаются найти новых потребителей и удержать уже существующих, улучшая потребительские свойства товара и используя для этой цели отчеты о продажах и обратную связь. Если специалист по маркетингу хорошо потруился – правильно понял потребности клиента, создал товар, отвечающий требованиям покупателей, назначил разумную цену, правильно распространил товар и провел рекламную кампанию, то продавать такой товар будет очень легко. SMM – это важнейшая составляющая маркетинга любой компании. Современные новосибирские предприниматели серьезно подходят к вопросу использования SMM и SEO стратегий в ведении бизнеса. Сегодня все больше компаний уделяют внимание созданию привлекательных страничек в Instagram, Вконтакте и других площадках. В современном бизнесе иметь представительство в интернете – это уже не просто дань моде, а необходимое условие существования любой компании.

#### Литература

1. Государственная программа Новосибирской области «Развитие субъектов малого и среднего предпринимательства в Новосибирской области на 2017-2022 гг. URL: <http://www.msp.nso.ru/page/44>
2. Сайты, содержащие актуальную информацию о наличии доступных вакансий по специальности SMM-специалиста: <https://novosibirsk.hh.ru/catalog/Marketing-Reklama-PR/Prodvizhenie-Specialnye-meroprijatija>; <https://novosibirsk.hh.ru/catalog/Marketing-Reklama-PR/Internet-marketing>; <https://www.avito.ru/novosibirsk/vakansii?q=smm>.
3. О рекламе: федер. закон от 13.03.2006 N 38-ФЗ: изм и доп. 28.03.2017; Принят ГД ФС РФ 22.02.2006 [Электронный ресурс] // Консультант Плюс: комп. справ. правовая система. – URL: <http://www.consultant.ru/popular/obob/> (дата обращения: 29.03.2017).
4. Письмо Федеральной антимонопольной службы от 28 авг. 2015 г. № АК/45828/15 [Электронный ресурс] // Consultant.ru. – Режим доступа: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_185361](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_185361)
5. Письмо Федеральной антимонопольной службы от 5 апр. 2007 г. № АП/4624 [Электронный ресурс] // Consultant.ru. – Режим доступа: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_68032/260ba67a24178ef0b16e0a7b6817cb0c0ce71325](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_68032/260ba67a24178ef0b16e0a7b6817cb0c0ce71325)
6. Постановление Арбитражного суда Московского округа от 27 авг. 2015 г. № Ф05-11160/2015 по делу № А40-5209/2015 [Электронный ресурс] // Sudact.ru. – Режим доступа: <http://sudact.ru/arbitral/doc/Qd10hZ5Mz7UJ>
7. Постановление 13-го Арбитражного апелляционного суда от 25 февр. 2015 г. по делу № А26-7219/2014 [Электронный ресурс] // Sudact.ru. – Режим доступа: <http://sudact.ru/arbitral/doc/1dTNPz0Ta8Lr>
8. Роль социальных сетей в маркетинге ведущих компаний [Электронный ресурс] // Secret-SEO. – Режим доступа: <http://secret-seo.ru/seo/rol-socialnyh-setej-v-marketinge-veduschih-kompanij>
9. Симонов Н. Малый бизнес Новосибирской области стал лучшим в Сибири Интервью для РИА «Федерал Пресс» [Электронный ресурс] // Top54.nsk. – Режим доступа: <http://top54.city/news/newsid/64587>
10. Booz & Company and Buddy Media Research Highlights Capabilities Key To Capturing Value from Social // MediaИнтернет-ресурс «Strategyand». URL: <http://www.strategyand.pwc.com/global/home/press/displays/49813698>

УДК 658.8

**М.С. Слюсарев, студент**

*Научный руководитель: Л.Е. Замураева, канд. экон. наук, доцент  
г. Тюмень, Тюменский государственный университет*

## МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ РЫНКА СЕРВИСА ЛИНГВИСТИЧЕСКИХ ШКОЛ Г. ТЮМЕНИ

В современных социально-экономических условиях образовательные учреждения вынуждены быть активными субъектами рынка, самостоятельно формирующими предложение, оказывающими и продающими свои образовательные услуги. Довольно активно сегодня растет число негосударственных образовательных учреждений, которые наделены относительной автономией и возможностью для предоставления образовательных услуг на контрактных условиях и, как следствие самостоятельности – необходимость самостоятельно же формулировать и реализовывать маркетинговую стратегию. Заинтересованность образовательных учреждений в поиске возможностей повышения конкурентоспособности оказываемых услуг не вызывает сомнений. На практике же такому важному источнику конкурентных преимуществ как сервис уделяется недостаточно внимания. Также эта тема недостаточно освещена в исследованиях и литературе.

По мнению Филипа Котлера «фирме необходимо постоянно следить за тем, насколько уровень ее собственных услуг и услуг конкурентов отвечает ожиданиям заказчиков» [2, с. 252].

Питер Дойль отмечает следующие обоснования необходимости усиления деятельности по повышению потребительской лояльности:

- лояльные клиенты приносят высокую прибыль
- привлечение новых клиентов обходится дороже чем усилия на удержание постоянных клиентов
- довольные клиенты обращаются в компанию повторно, недовольные клиенты обязательно предостерегают от печального опыта друзей и знакомых [1, с. 26].

Игорь Манн говорит, что «Точки контакта – это многочисленные и разнообразные ситуации, места и интерфейсы соприкосновения клиента с компанией. Каждый раз, когда клиент любым способом, в любое время контактирует с компанией, возникает точка контакта». Этих точек всегда несколько, они образуют цепочки и должны создавать синергию [3, с. 8]. Одной из первичных точек является сервис.

Все это подтверждает актуальность темы данной работы.

Целью исследования в статье является рассмотрение и проведение маркетинговых исследований сервиса в лингвистических школах на рынке г. Тюмени.

Данные 2ГИС показывают, что общее количество школ иностранного языка – 60. Размер выборки составляет 16.67%. Таким образом, исследовано было 10 школ.

Для проведения исследования был разработан «чек-лист» вопросов и методом «тайного покупателя» проведено изучение выполнения этапов продаж администраторами. После проведения исследования были получены следующие данные об уровне сервиса:

- на удовлетворительном уровне (61–79%) находятся две следующие организации: «Континент», «Students International»;
- промежуточное значение уровня обслуживания занимают две организации: «Talisman» (78,95%) и «SkillSet» (79,82%);
- отличный уровень качества обслуживания (80–100%) показала только одна организация – «Еврошкола»;
- недопустимый уровень обслуживания (0–60%) продемонстрировали пять организаций: «Интеллект+», «Роза Ветров», «HOLI», «Институт дополнительного образования», «Лидер»;
- хуже всех себя проявила организация «Институт дополнительного образования» (28,07%).

Разделим организации на 3 группы согласно с их уровнем соответствия качеству обслуживания: недопустимого, удовлетворительного и отличного. Для оценки каждого этапа продаж (установление контакта, выявление потребностей, презентация, работа с возражениями, завершение сделки, (дополнительно – субъективная оценка)) были разработаны соответствующие вопросы, оценка которых производилась по шкале 0–3, 0 – нет; 1 – скорее нет; 2 – скорее да; 3 – да.

Рассмотрим рисунки 1, 2 и 3, где представлены средние каждого этапа продаж по группам, чтобы выявить закономерности.

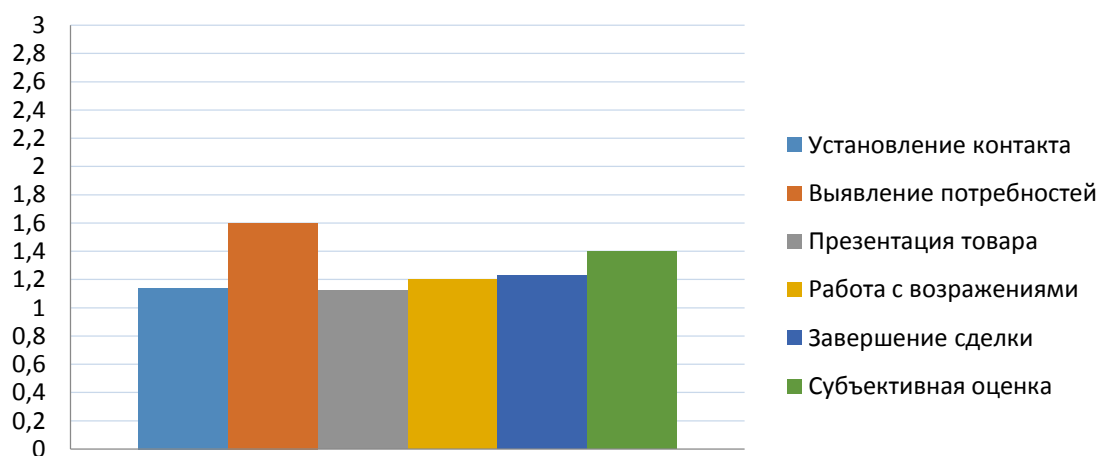
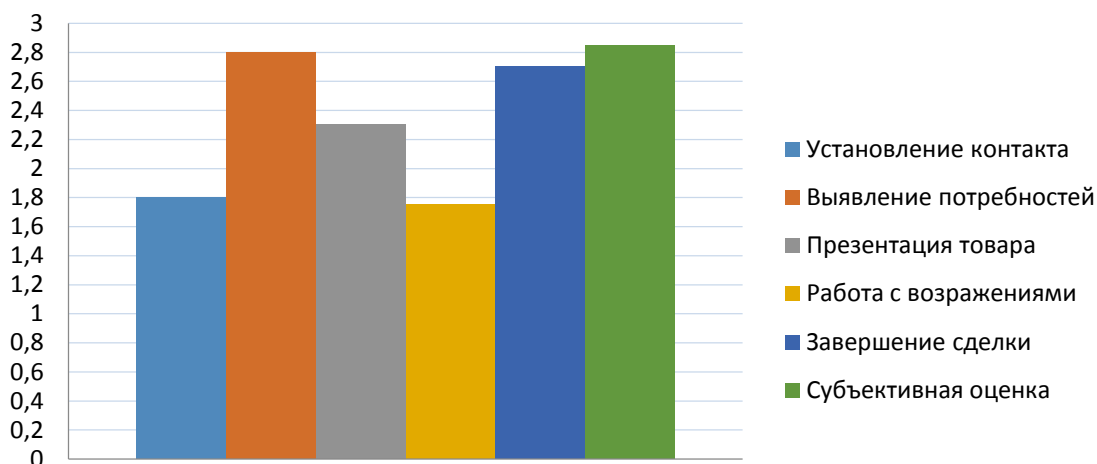


Рис. 1. Соответствие группы 0-60% стандартам качества работы с клиентами по категориям  
Источник: составлено автором



На данном графике видно, что этап выявления потребностей у данной группы выполнен лучше остальных этапов, но составляет всего 1,6 балла из 3. Худшим этапом можно назвать презентацию товара, хотя этот этап и не слишком выделяется на фоне остальных.

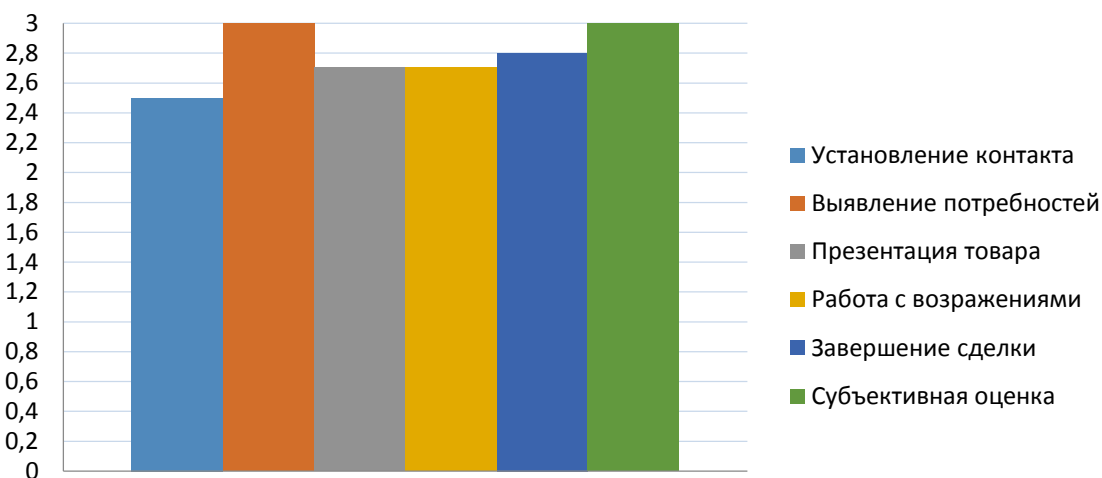


**Рис. 2. Соответствие группы 61-79% стандартам качества работы с клиентами по категориям**

Источник: составлено автором

Данный график показывает существенное проседание на этапах установления контакта и работы с возражениями. Это может свидетельствовать о нацеленности специалистов на продажу услуги и неготовность к возражениям, так как специалисты действуют по алгоритму, отступление от которого вызывает сложности.

В целом, можно сделать вывод, что специалисты данной группы знакомы с техникой этапов продаж, но имеют недостаточный опыт работы с данной техникой.



**Рис. 3. Соответствие группы 80-100% стандартам качества работы с клиентами по категориям**

Источник: составлено автором

Здесь, как и в прошлых аналогичных диаграммах, заметно, что один из самых слабых этапов продаж, по сравнению с остальными, это этап установления контакта. И также как и в прошлых диаграммах, наиболее полно, по сравнению с другими, выполнен этап выявления потребностей.

Можно сделать вывод о том, что специалисты этой группы владеют техникой этапов продаж в полной мере, но так же, как и остальные группы, уделяет меньше внимания этапу установления контакта.

В целом, самыми слабыми этапами у всех трех групп были этапы установления контакта, презентации товара и работы с возражениями. Одной из возможных причин данных корреляций может быть восприятие администраторами своей деятельности как обслуживающей и промежуточной, а не

являющейся важным и, часто, определяющим этапом знакомства потенциального клиента с организацией.

Стоит также отметить, что качество выполнения этапа во многом закладывает основу для последующих этапов, подобно снежному кому. Соответственно, грамотная работа администраторов и четкое выполнение этапов продаж влияет на последующее восприятие клиентами организации в целом.

#### Литература

1. Дойль П. Маркетинговое управление и стратегии. – СПб.: Питер, 2014. – 672 с.
2. Котлер Ф. Основы маркетинга. – М.: Эконом-пресс, 2015. – 647 с.
3. Манн И., Турусин И. Точки контакта. Простые идеи для улучшения вашего маркетинга. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2015. – 156 с.

УДК 351

**О.А. Смагина, студент**

*Научный руководитель: И.С. Грузинова, ассистент  
г. Ставрополь, Северо-Кавказский федеральный университет*

### **ПРИМЕНЕНИЕ СИСТЕМНОГО ПОДХОДА В ПРОЦЕССЕ РАЗРАБОТКИ УПРАВЛЕНЧЕСКИХ РЕШЕНИЙ В ОРГАНАХ ВЛАСТИ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОГО УПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЕМ ЭКОНОМИКИ РЕГИОНА**

В современных условиях, при переходе России на стадию стремительного и устойчивого экономического роста, роль осуществления эффективного управления организацией, а также создание, принятие и осуществление управленческих решений существенно возрастает в сфере государственного управления. На сегодняшний день, принятие и осуществление управленческих решений невозможно только с помощью накопленного прошлого опыта, знаний, интуиции и здравого смысла, необходимо именно научный подход к исследованию всей системы управления, исследованию сложившихся проблем, ситуаций, условий и признаков эффективности рабочей деятельности человека по принятию и осуществлению решений [1, с. 164].

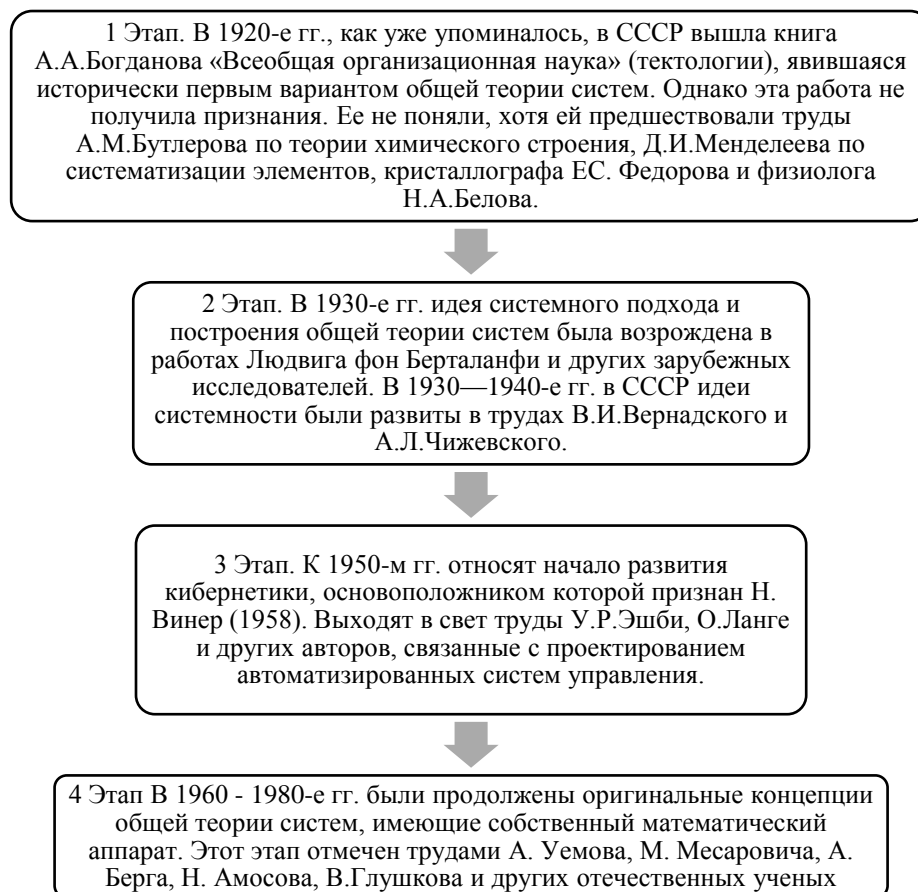
Развитие системных исследований прошло 4 этапа (рис. 1).

Под системным подходом в наше время понимается метод мышления по отношению к организации и управлению. Данный подход используется тогда, когда исследовать объект необходимо со всех сторон, то есть речь идет о комплексном исследовании.

Принципы системного подхода:

1. Принцип развития – это принцип изменяемости системы, ее предрасположенности к развитию и набора новой информации с учетом изменчивости внешней среды;
2. Принцип масштабной цели – предполагает наличие ответственности за выбор масштабной цели, то есть оптимальное состояние части системы не является оптимальным состоянием для всей системы.
3. Принцип единства – это рассмотрение системы как единого целого и как совокупности частей;
4. Принцип функциональности – это совокупное рассмотрение системы, ее структуры и функций, с преобладанием функций над структурой;
5. Принцип децентрализации – это сочетание централизации и децентрализации;
6. Принцип иерархии – это принцип ранжирования и соподчинения частей.

Разработка решений для системы управления имеет свои особенности, которые связаны с тем, что выбранное решение должно быть признано большинством населения и соответствовать критериям справедливости и законности [2, с. 201]. Метод системного подхода в процессе разработки управленческих решений в органах власти и управления был разработан для того, чтобы организовать процесс принятия решения в сложных проблемных ситуациях. Он должен сосредоточиться на обосновании полноты анализа, формировании модели принятия решений в процессе разработки управленческих решений в органах власти и управления, адекватно отражающих процесс отчетности или объекта.



**Рис. 1. Этапы развития системных исследований**

Одной из принципиальных особенностей системного подхода, отличающей его от других направлений системных исследований, является разработка и использование средств, облегчающих формирование и сравнительный анализ целей и функций систем управления. Вначале методики формирования и исследования структур целей базировались на сборе и обобщении опыта специалистов, накапливающих этот опыт на конкретных примерах. Однако в этом случае невозможно учесть полностью получаемых данных. Таким образом, основной особенностью методик системного подхода является сочетание в них формальных методов и неформализованного (экспертного) знания.

Системный подход в процессе разработки управленческих решений в органах власти и управления расположен в середине этого перечня, так как он использует примерно в одинаковых пропорциях философско-методологические представления и формализованные методы в модели (что характерно для специальных дисциплин). Системный подход не может быть полностью формализован, но можно выбрать некоторый алгоритм его проведения [3, с. 182]. Для разработки наиболее оптимальных решений в органах власти используются научные методы, которые объединяются под общим названием – исследование операций. Опирающуюся на эти методы теорию решений проблем нередко называют теорией разработки рациональных решений. Наряду с различными математическими расчетами на разрабатываемое решение оказывает существенное влияние обстоятельства, которые не поддаются строгому математическому анализу. Эти важнейшие порой обстоятельства остаются, за рамками непосредственных вычислений и относятся к сфере психологии.

Рассмотрим основные элементы, направленные на использование интуиции и опыта специалистов, а также методы формализованного представления систем в процессе разработки управленческих решений в органах власти и управления.

Коллективные методы – определение круга лиц, то есть участников данной процедуры является основополагающим моментом в процессе коллективной работы над реализацией решений проблем.

Экспертные методы – еще характеризуется как инструментарий количественной оценки качества альтернатив в условиях слабо формализуемой проблемной ситуации.

Яркий пример коллективной разработки управленческих решений в органах государственной власти и управления вопросов – метод Дельфи, который получил свое нестандартное название от города Дельфы греческого происхождения. Он был знаменит тем, что там жили мудрецы – предска-

тели будущего. Так же существуют множество других принципов системного подхода в процессе разработки решений в органах власти, например:

1. Принцип Эджворта. Этот принцип более серьезный, так как предполагает наличие нескольких объединений (коалиций), каждой из которых естественно будет выгодно отменять свое решение. Если знать предпочтения всех коалиций принимается оптимальная разработка решения, чтоб не нанести вред ни одной коалиции.

2. Принцип Парето. Этот принцип используется для разработки решений в органах власти, когда все эксперты объединяются в коалицию. В этом случае, оптимальным становится то решение, которые менять будет невыгодно ни одному члену группы, поскольку это решение и объединяет их для достижения общей цели;

3. Количественные методы разработки решений в органах власти и управления.

Нельзя не сказать о том, что в основе всех этих принципов лежит научная обоснованность, научный и практический подход, который предполагает выбор оптимальных решений проблем посредством обработки больших объемов информации [4, с. 76].

В современном мире, тенденции возрастающей неопределенности, сложности и взаимозависимости факторов становятся все более и более очевидным. Резко возрастает объем информации во всех областях знаний. Это повышает уровень требований к современному специалисту, особенно в такой сложной и динамично развивающейся сфере, как управление социально-экономической сферой. Разработка и принятие решений с использованием системного подхода требует от специалиста развитого системного мышления. Это особенно актуально для выработки решений в сфере государственного и муниципального управления. На практике, без учета взаимного влияния разнородных факторов, невозможно разработать качественного управленческого решения. Таким образом применение системного подхода к разработке управленческих решений становится незаменимым.

#### **Литература**

1. Андрейчиков А.В., Андрейчикова О.Н. Анализ, синтез, планирование решений в экономике. – М.: Финансы и статистика, 2014. – 340 с.
2. Данчула А.Н. Исследование социально-экономических и политических процессов: Учебно-методическое пособие / А.Н. Данчула. – М., 2013. – 320 с.
3. Ларичев О.И. Теория и методы принятия решения: Учебник. – М.: Логос, 2014. – 300 с.
4. Мескон М., Альберт М., Хедоури Ф. Основы менеджмента: Учебное пособие. – М.: Дело, 2014. – 501 с.

**УДК 631.16-047.44(571.13)**

***Е.А. Смоленцева, студент***

*Научный руководитель: Т.А. Мутных, канд. экон. наук, доцент  
г. Тара, Тарский филиал Омского государственного аграрного университета им. П.А. Столыпина*

### **УПРАВЛЕНИЕ ФИНАНСОВЫМ РЕЗУЛЬТАТОМ ОРГАНИЗАЦИИ И ЕГО АНАЛИЗ НА ПРИМЕРЕ ООО «ОПХ ИМ. ФРУНЗЕ» ТАРСКОГО РАЙОНА ОМСКОЙ ОБЛАСТИ**

Особое внимание при проведении анализа уделяется финансовым результатам, ведь именно эффективность производственной, инвестиционной и финансовой деятельности выражается в финансовых результатах.

Целью данной научной работы является выявление возможностей для управления финансовым результатом через поиск неиспользованных резервов, и анализ прибыли в ООО «ОПХ им. Фрунзе» Тарского района Омской области.

В качестве методов исследования в работе были использованы: экономико-статистический, табличный, методы экономического анализа.

В целом, в понятие «финансовый результат» вкладывается определенный экономический смысл:

Во-первых, превышение (снижение) стоимости произведенной продукции над затратами на её производство;

Во-вторых, превышение стоимости реализованной продукции над полными затратами, понесенными в связи с её производством и реализацией;

В-третьих, превышение чистой (нераспределенной) прибыли над понесенными убытками, что в конечном итоге является финансово-экономической базой приращения капитала организации [1].

Показатели финансовых результатов (прибыли) характеризуют абсолютную эффективность хозяйствования предприятия по всем направлениям его деятельности: производственной, сбытовой, снабженческой, финансовой и инвестиционной. Они составляют основу экономического развития предприятия и укрепления его финансовых отношений со всеми участниками коммерческого дела.

Анализ уровня и динамики финансовых результатов ООО «ОПХ им. Фрунзе» проводится на основе скорректированных данных «Отчета о финансовых результатах» – форма № 2, где обобщим информацию о финансовых результатах отчетных лет и определим показатель оценки эффективности хозяйственной деятельности.

Проведем анализ состава и динамики общей суммы прибыли в ООО «ОПХ им. Фрунзе» за 2014-2015 гг. по данным представленным в табл. 1.

Таблица 1

**Анализ состава и динамики формирования прибыли 2013–2015 гг. в ООО «ОПХ им. Фрунзе»**

Наименование показателя	2013 г.	2014 г.	2015 г.	Отклонение (+,-)		Темп динамики, %
	тыс. руб.	тыс. руб.	тыс. руб.	тыс. руб.	по структуре	
1. Выручка от продажи товаров, продукции, работ, услуг	29360	42067	37141	7781	-11,7	126,5
2. Себестоимость продаж	23548	35596	37053	13505	4,1	157
3. Валовая прибыль (убыток)	5812	6471	88	-5724	-98,6	1,5
4. Коммерческие расходы	–	–	–	–	–	–
5. Управленческие расходы	–	–	–	–	–	–
6. Прибыль (убыток) от продаж	5812	6471	88	-5724	-98,6	1,5
7. Проценты к получению	–	–	–	–	–	–
8. Проценты к уплате	808	481	274	-534	-43,1	33,9
9. Прочие доходы	6693	10152	11231	4538	10,6	167,8
10. Прочие расходы	782	1516	3701	2919	144,1	473,2
Прибыль (убыток) до налогообложения	10915	14626	7348	-2567	49,8	67,3
Прочие платежи	–	5	14	14	180	–
Чистая прибыль (убыток) отчетного периода	10915	14621	7334	-3581	-49,8	67,1

Проведя анализ прибыли организации, можно сделать вывод, что в ООО «ОПХ им. Фрунзе» произошел спад темпа динамики (в сравнение 2015 г. с 2014 г.) доходы снизились на 7,4%, выручка от продажи товаров, продукции, работ, услуг (за минусом НДС, акцизов и аналогичных обязательных платежей) снизилась на 11,7%. Возросла себестоимость проданных товаров, продукции, работ, услуг на 4,1%, а также прочих доходов на 10,6%. Снижение темпа динамики валовой прибыли и. прибыли от продаж на 98,6%, процентов к уплате на 43,1%, прибыли до налогообложения и чистая прибыль отчетного периода на 49,8%.

На прибыль организации влияет четыре фактора: объем товарной продукции, её структура, себестоимость и уровень среднереализационной цены.

За анализируемый период в организации динамика выручки от реализации продукции неустойчива, её рост в 2014 году на 12707,0 тыс. рублей значительное повлиял на чистую прибыль, и ООО «ОПХ им. Фрунзе» завершило отчетный год с финансовым результатом в 14621,0 тыс. руб. чистой прибыли.

В 2015 году снижение выручки от продажи товаров, продукции, работ и услуг и одновременное увеличение уровня себестоимости продаж, почти вдвое снизило финансовый результат-уменьшение величины чистой прибыли к прошлому, 2014году, составило 7287 тыс. руб. ООО «ОПХ им. Фрунзе» изыскивает резервы увеличения выручки от продаж.

Поиск резервов ведется по основным отраслям деятельности [4]. В таблицах 2-4 представлены расчеты по резервам увеличения суммы прибыли в ООО «ОПХ им. Фрунзе».

Данные расчетов показали, что за счет увеличения объема реализации продукции и снижения себестоимости сумма прибыли в хозяйстве увеличится на 10730,32 тыс. руб., что приведет к улучшению финансового состояния организации. Предложенные мероприятия приведут к росту выручки и увеличению прибыли.

Таблица 2

**Резервы роста прибыли за счет увеличения объема реализации продукции в ООО «ОПХ им. Фрунзе»**

Вид продукции	Резерв увеличения объема реализации, ц	Фактическая сумма прибыли на 1 ц продукции, тыс. руб.	Резерв увеличения суммы прибыли, тыс. руб.
Зерно	2079,00	0,03	62,37
Молоко	3465,00	0,13	450,45
Итого:	х	х	512,82

Таблица 3

**Резервы увеличения суммы прибыли за счет снижения себестоимости продукции в ООО «ОПХ им. Фрунзе»**

Вид продукции	Резерв снижения себестоимости 1 ц продукции, руб.	Объем реализации продукции, ц	Резерв увеличения суммы прибыли, тыс. руб.
Зерно	165,01	2274	375,2
Молоко	677,19	14534	9842,3
Итого:	х	х	10217,5

Таблица 4

**Обобщение резервов увеличения суммы прибыли в ООО «ОПХ им. Фрунзе» тыс. руб.**

Источник резервов	Вид продукции		Резерв увеличения суммы прибыли, тыс. руб.
	зерно	молоко	
Увеличение объема продаж	62,37	450,45	512,82
Снижение себестоимости продукции	375,2	9842,3	10217,5
Итого:	437,57	10292,75	10730,32

По результатам анализа показателей прибыльности организации можно сделать вывод о том, что финансовый результат деятельности ООО «ОПХ им. Фрунзе» является положительным, а сама организация прибыльной. Для оптимизации данного показателя можно рекомендовать организации снизить себестоимость продукции, коммерческие и управленческие расходы, увеличить объемы реализации, повысить качество продукции и осуществлять реализацию продукции на более выгодных рынках сбыта.

**Литература**

1. Положение по бухгалтерскому учету «Доходы организации» ПБУ 9/99 (утв. приказом Минфина РФ от 6 мая 1999 г. № 32н) [Электронный ресурс] // Информационно-правовая справочная система Главбух.
2. Донцова Л.В., Никифорова Н.А. Анализ годовой бухгалтерской отчетности. М.: ДИС, 2015.
3. Ковалев В.В., Привалов В.П. Анализ финансового состояния предприятия. М.: Центр экономики и маркетинга, 2014.
4. Дербенёва К.С., Мутных Т.А. Анализ бухгалтерского баланса // Современное научное знание в условиях системных изменений: материалы Первой национальной научно-практической конференции. – Омск: Омский государственный аграрный университет им. П.А. Столыпина, 2016. – С. 160–163.

УДК 338.1

**А.З. Сможан, студент**

Научный руководитель: И.С. Клюева, ст. преподаватель  
г. Новосибирск, Новосибирский государственный университет экономики и управления

## РЫНОК МОБИЛЬНОГО ИНТЕРНЕТА: ТЕНДЕНЦИИ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ

В условиях нестабильности современной экономики особо актуальной становится проблема адаптации российских предприятий и других экономических субъектов к сложившейся ситуации. Данный процесс невозможен без обеспечения и поддержания достойного уровня технического развития бизнеса [2].

В настоящее время можно отметить растущую популярность мобильных приложений и тяжелого мобильного контента: видео и ТВ. Мобильные приложения, позволяющие вести переписку, уже стали одним из основных средств общения между людьми, без геолокационных сервисов не могут обойтись многие водители, а некоторые мобильные приложения и вовсе не имеют аналогов в интер-

нете для персональных компьютеров. Смартфоны и планшетные ПК рассматриваются многими пользователями как основные устройства для просмотра видео, музыки и игр. Таким образом, увеличивается не только суммарная активная абонентская база мобильного интернета, но и средний трафик на одно устройство.

Популярность мобильного интернета в мире растет стремительными темпами. Если в 2012 году среднее количество времени, которое пользователь проводил в мобильном интернете, по данным Statista.com, составляло 74,4 минуты в день, то во втором квартале 2014 года данный показатель достиг 108,6 минут в день, то есть вырос практически в полтора раза [3].

Абонентская база, которая активно использует мобильный интернет растет значительно быстрее, чем для традиционных персональных компьютеров: рост мобильной передачи данных в мире составил 36% за 2011–2014 гг., в то время как выход в Интернет с персональных компьютеров вырос на 10% за тот же период времени, по данным ComScore. В 2015 г. продолжился рост использования мобильного интернета, количество абонентов выросло на 12,5% по сравнению с 2014 г. Если рассматривать рост абонентов стационарных компьютеров, то он составил лишь 2,4%. Это можно объяснить тем, что в семье может быть несколько мобильных устройств с выходом в интернет, а персональный компьютер один [1].



Рис. 1. Активная абонентская база мобильной передачи данных, млн человек, 2011–2015 гг.

По оценкам J'son & Partners Consulting, по состоянию на конец 2015 года в России насчитывалось 107 миллионов активных абонентов мобильной передачи данных. Абонентская база выросла на 9% по сравнению с результатами 2014 года. Основными причинами роста числа пользователей мобильной передачи данных являются растущее проникновение смартфонов и планшетных ПК [4].

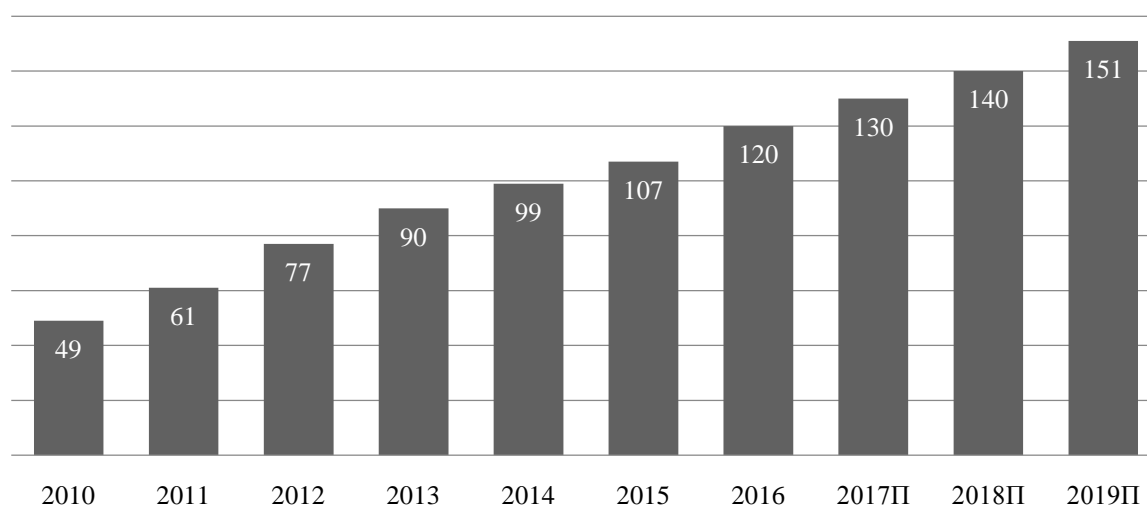


Рис. 2. Активная абонентская база мобильной передачи данных, Россия, млн SIM карт, 2010–2019 гг.

С учетом роста общего числа пользователей смартфонов и планшетных ПК, J'son & Partners Consulting ожидает увеличения суммарной активной абонентской базы мобильного интернета свыше 150 млн абонентов к концу 2019 года [4].

В 2014 году 4% интернет мирового трафика генерировались мобильными устройствами, к 2019, по данным Cisco, году доля мобильного интернет трафика составит 15%. Мировой веб-трафик с мобильных устройств, по данным Cisco, в ближайшем будущем может вырасти, при этом среднегодовой темп роста составит 86% за 2016–2019 гг. По итогам 2014 года показатель среднего трафика составил 2,5 эксабайт в месяц, а к 2019 данный показатель вырастет в 10 раз и составит 24,3 эксабайт в месяц [3].

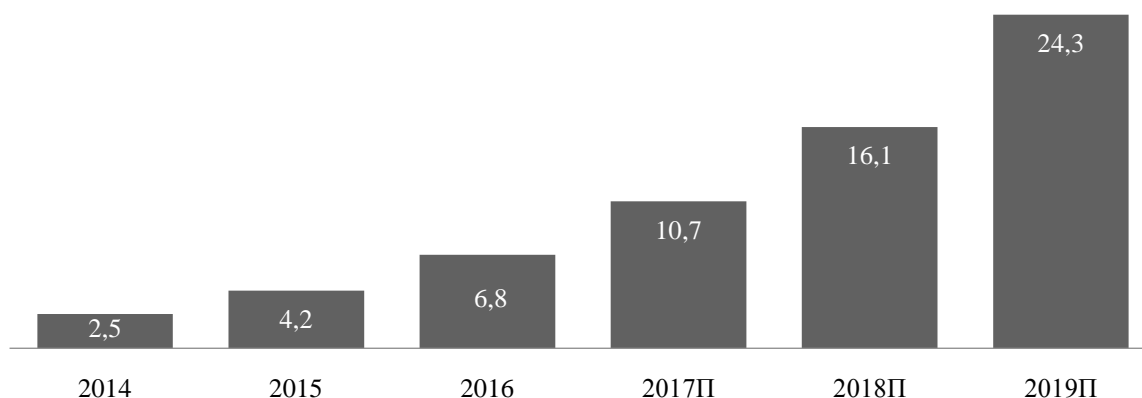


Рис. 3. Мировой трафик мобильной передачи данных, эксабайт в месяц, 2014–2019 гг.

За последние годы изменилась структура потребления мобильного трафика в России. Если в 2013 году, по оценкам J'son & Partners Consulting, суммарно на планшеты и смартфоны приходилось 30% трафика, то в 2014 году данный показатель составил 47% [4].

Темп роста среднего веб-трафика, приходящийся на одного абонента, в России постоянно увеличивается: с 2010 до 2014 года этот показатель увеличился в 16 раз.

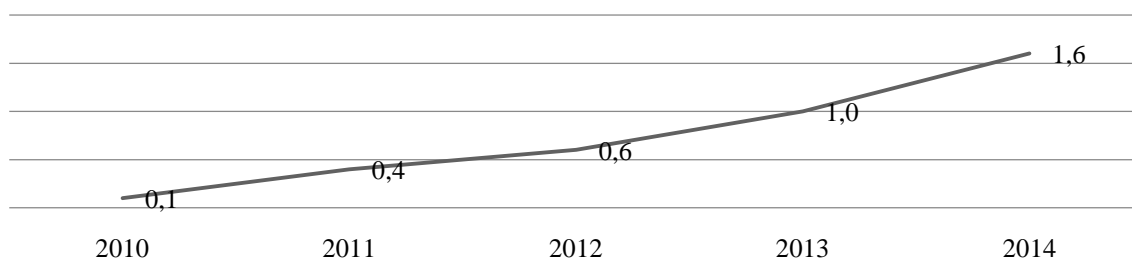


Рис. 4. Средний трафик на одного активного мобильного передачи данных в месяц, Россия, ГБ/месяц, 2010–2014 гг.

По оценкам J'son & Partners Consulting, по итогам 2014 года средний трафик на 1 активного абонента мобильной передачи данных в месяц составляет 1,6 ГБ. Самыми активными пользователями мобильного интернета по итогам 2014 года являются владельцы смартфонов. 52,6 млн абонентов пользовались мобильным интернетом, в среднем на одного пользователя приходится 1,2 ГБ в месяц. С 2012 года активная абонентская база пользователей мобильного интернета на смартфонах увеличилась в три раза, а трафик на одно устройство – в четыре раза. К 2019 году трафик также будет расти еще и за счет привлечения новых абонентов [5].

По мнению J'son & Partners Consulting, основными причинами роста абонентской базы и среднего трафика мобильной передачи данных являются:

- Быстрый рост проникновения смартфонов и планшетных ПК.
- Внедрение новых технологий высокоскоростной передачи данных, увеличение покрытия интернет-сетями.
- Снижение стоимости мобильного интернета в России. Низкая стоимость трафика «открывает» мобильный интернет для любого пользователя смартфона или планшетного ПК.



- Появление новых приложений для устройств доступа к мобильному интернету. Рост популярности геолокационных сервисов.
- Рост популярности видеосервисов среди пользователей и соответственно рост доли «тяжелого» интернет трафика.
- Наряду с положительной динамикой развития мобильного интернета, существуют и условия замедления роста, то есть барьеры:
  - Недостаточная информированность населения о преимуществах мобильного интернет-доступа.
  - Высокие цены на абонентские устройства.
  - Низкая пропускная способность сетей передачи данных на фоне растущего веса данных.
  - В России качество и реальная скорость 3G-интернета ниже заявленного операторами [5].

#### **Литература**

1. Анализ мирового рынка систем/решений для управления трафиком [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.gartner.com>, свободный (дата обращения: 15.03.2017).
2. Ключева И.С., Крымская О.Н. Технопарки РФ: сравнительный анализ // Вестник науки и творчества. – 2016. – № 8 (8). – С. 70–78.
3. Мировой опыт «разгрузки» мобильного интернета [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.cisco.com/>, свободный (дата обращения: 15.03.2017).
4. Развитие мобильного доступа в интернет в России и мире: предварительные итоги 2014 года [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://json.tv/>, свободный (дата обращения: 15.03.2017).
5. Российский рынок мобильного доступа в интернет. Итоги 2015 года [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://json.tv/>, свободный (дата обращения: 15.03.2017).

**УДК 658.8**

***Е.Ю. Соболева, магистрант***

*Научный руководитель: Т.В. Болдырева, канд. экон. наук, доцент  
г. Саратов, Саратовский социально-экономический институт (филиал)  
Российского экономического университета им. Г.В. Плеханова*

### **ПРОГРАММЫ ЛОЯЛЬНОСТИ, ПРИВОДЯЩИЕ К МАССОВОМУ УСПЕХУ НА РЫНКЕ**

Учитывая сегодняшние рыночные обстоятельства, можно с уверенностью утверждать то, что важное место должно отводиться программам лояльности, которые в свою очередь дают шанс увеличить объемы предлагаемого товара либо услуг, а кроме того создать благоприятную репутацию и статус для собственного бизнеса.

Проблема формирования лояльно настроенного покупателя в настоящий период времени находится в фокусе внимания маркетологов. Руководители компаний и маркетологи понимают, что в долгосрочной перспективе, путь, ориентированный на приобретение единичных максимально вероятных доходов, не сможет оправдать себя [6, с. 115].

Значительно существеннее – это вклад инвестиций в улучшение качества продукта и степени обслуживания потребителей, сохранение у потребителя чувства удовлетворенности. Довольные продуктом или услугами потребители, многие годы будут лояльны единой обслуживающей фирме и они наиболее выгодны, чем новые клиенты. При этом предприятие уменьшит затраты, связанные с их привлечением потенциальных покупателей. В свою очередь лояльные покупатели будут чаще обращаться в компанию, посоветуют ее своим знакомым, и будут менее чувствительны к цене. Далее рассмотрим несколько вариантов проведения программ лояльности, на примерах существующих компаний.

#### **1. Чисто точечные системы лояльности**

Точечные системы лояльности появились на рынке довольно давно, и их можно встретить практически везде. Клиенты зарабатывают балы или очки на основе покупок. Накопление достаточного количества баллов означает, что клиент имеет право на бесплатные и дисконтные продукты или специальные рекламные предметы [5, с. 58].

Например, японская видеоигра juggernautNintendo использует этот тип программ с 2003 года. Клиенты получают очки в виде «золотых монет», когда они покупают совершенно новую игру или аксессуар для консоли Nintendo.

Накопленные золотые монеты используются для приобретения специальных предметов, доступных только членам Клуба Nintendo.

Точечные системы лояльности весьма успешны, поскольку:

- побуждает потребителей приобретать новые игры вместо уже использованных;
- предлагает эксклюзивные продукты, к которым можно получить доступ только через систему вознаграждений, что побуждает производить дополнительные покупки и достигать целей вознаграждения.

Для того чтобы достичь еще большего успеха, Nintendo пришлось проявить свою сдержанность. То есть вместо продуктов, которые помогли бы им заработать значительную часть прибыли, они используют их только в качестве вознаграждений в Клубе Nintendo. Эти компоненты включают в себя статуэтки, изображающие популярных персонажей, пульт дистанционного управления телевизором, который похож на «Wii-mote» с популярной консоли Wii.

Создавая специализированный рынок, ClubNintendo добивается ощущения исключительности и более высокого статуса для постоянных клиентов, которые приобретают новые игры компании.

## 2. Программы лояльности для пожилых людей.

Одна из главных целей маркетинга заключается в том, чтобы найти свою нишу, которая будет использовать ваш продукт и активно нацелить его на покупку продукта. Кроме того, некоторые компании используют целевую стратегию для расширения своего рынка для клиентов, которые в значительной степени избегают их продукта [4].

Турецкая телекоммуникационная компания Turkcell использует последний вариант привлечения клиентов, имея отдельные программы лояльности, как для молодых людей, так и для пожилых. Маркетинговые стратегии и вознаграждения нацелены на эти группы с отдельными предложениями, такими как расширенные данные о предоплате для молодых людей и специальные семейные платы для пожилых.

Анализ рынка показал, что у американского розничного продавца оборудования HomeDepot есть платная версия членства с их программой HomeDepotProXtra. Эта услуга лояльности позволяет не только получать скидки и специальные предложения для профессиональных строительных подрядчиков, но и удобные услуги для населения.

Пользователи могут заходить на специальный сайт портала, чтобы отслеживать покупки, а также программа предлагает инструмент оценки стоимости проекта, который дает возможность подрядчикам проводить оценку работы быстрее, чем конкуренты.

Эти типы целевых программ удовлетворяют небольшую, но значительную часть населения. Программа вознаграждает людей, которые ценят сотрудничество с вашим бизнесом [2, с. 167].

## 3. Программа уровня близости.

Программы многоуровневой лояльности похожи на программы системы баллов, но участники могут повысить свой уровень за счет постоянного накопления очков либо за счет внесения членских взносов. Участники должны решить, как подойти к выбору вознаграждения, наталкиваясь на следующий уровень или покупая свои очки сейчас.

Проблемой этого типа программ является то, что многие клиенты видели низкоуровневые награды, которые «не стоят того» в сознании большинства клиентов. В результате награды более высокого уровня могут казаться недостижимыми.

Другой пример, авиаклуб VirginAirlines решает эту проблему, предлагая немедленные вознаграждения, чтобы привлечь покупателей и продемонстрировать, что золотые награды не за горами.

Участники данной программы лояльности получают призы на уровне Клуба Красного, где они автоматически получают скидки на авиабилеты, аренду автомобилей.

Члены клуба Silver получают 50% больше миль при каждой покупке, а также ускоренную регистрацию и приоритетные места ожидания.

Участники клуба Gold имеют доступ к двойным милям и получают привилегии на первенство. В некоторых аэропортах даже есть эксклюзивный клуб только для членов высшего уровня, где они могут насладиться коктейлями или заказать массаж перед сном.

Такие программы дают клиентам что-то в начале, а затем предлагают что-то масштабное по мере их развития. Награды высшего уровня очень завидные, а нижние минимальны, но все же полезны для более широкой демографической статистики.

## 4. Программы, основанные на сообществах.

Программа лояльности, основанная на сообществах, связывается с уже созданными группами и сообществами в локализованной области. Клиенты могут использовать свое членство в существующих организациях для получения скидок на продукты, которые эта группа с большей вероятностью использует. Другие программы позволяют заказчикам создавать новые сообщества вокруг использования продукта.

VodafoneCyprus позволяет пользователям своей сотовой сети создавать сообщества со скидками как для связи между членами, так и для общего общения. Чем больше членов, входящих в группу, тем больше становятся скидки.

Американский бренд Walgreens, специализирующийся на аптеках, имеет уникальное применение в этой программе, которая призвана стимулировать здоровое поведение людей. Члены их балльной программы «Балансовая награда» могут получить больше баллов, просто участвуя мероприятиях, которые связаны с оздоровлением. Чем больше участников удовлетворены состоянием здоровья, тем больше очков, баллов, бонусов они получают.

Сильные стороны программы лояльности, основанной на сообществах, заключаются в способности связывать людей в сообщества с одинаковым поведением.

#### 5. Программы коалиции.

Коалиционный тип программы лояльности укрепляет отношения с несколькими брендами или компаниями. Они используют эти пристрастия, чтобы управлять поведением покупателей и повышать удовлетворенность, которую клиенты зарабатывают при совершении покупок.

Американский продовольственный магазин Kroger использует свою программу KrogerPlus для предоставления автоматических скидок на продукты и товары. В закупках также накапливаются топливные пункты, которые можно использовать для получения более дешевых цен на нефть на заправочных станциях Kroger или Shell.

Чем больше пунктов топлива собирает человек, тем дешевле стоимость на галлон (приблизительно 3,79 литров). Важно то, что топливные пункты исчезают в конце месяца, побуждая клиентов действовать по ограниченному предложению.

Малый бизнес, которому удастся обеспечить партнерские отношения, увеличивает ценность своего бренда, одновременно повышая уровень прозрачности [8, с. 101]. Эти партнерства могут быть сложными в настройке и обслуживании – как в логистическом, так и в юридическом плане, – но результаты обычно окупаются в конце отчетного периода.

Но также есть и риск при использовании данной программы, он заключается в том, что когда дело доходит до программ коалиции с открытым контуром, – это когда вы являетесь частью большой группы, которая поддерживает неограниченное число других брендов, которые никаким образом не связаны с вашей компанией. В этой ситуации клиенты могут зарабатывать очки у вашей компании, а идти выкупать их в магазинах конкурентов.

#### 6. Гибридные программы лояльности.

Программы лояльности, о которых уже упоминалось – это широкая классификация того, что могут выбрать компании. Предприятия могут свободно выбирать те подходы, которые, по их мнению, принесут пользу от объемов реализации продукции или услуг и репутации бренда.

При этом они должны тщательно оценивать ROI при внесении изменений, чтобы оценить успешность проведения программ лояльности.

Лучший подход в таких системах, как TheLoyaltyBox, заключается в том, что любой из вышеуказанных типов программ может быть востребован, спроектирован и доработан до мельчайших деталей. Компании могут выбирать типы вознаграждений и независимо от того, хотят ли они использовать методы, ориентированные на определенные подмножества клиентов.

Основной целью концепции маркетинга взаимоотношений будет являться результат и рост лояльных покупателей [1, с. 44]. Ученые фиксируют тот факт, что присутствие большого числа лояльных к компании и платежеспособных покупателей может гарантировать ей ряд значительных преимуществ как в кратко, так и в долгосрочной перспективе.

Лояльность формируется комбинацией «поведенческих» и «воспринимаемых» данных. Следовательно, лояльными могут быть только те покупатели, которые одобрительно относятся к деятельности фирмы, которая предлагает им товары или услуги, к ее персоналу и т.д.

Важным шагом концепции лояльности покупателей является результат высокого уровня их удовлетворенности товарами или услугами компании, а кроме того уровнем обслуживания и качеством продукции. Помимо этого, в ходе формирования комплекса лояльности принципиально определить наличие в нем разных мер, которые должны быть направлены на обеспечение потенциальных покупателей как материальными, так и нематериальными преференциями.

## Литература

1. Аракелова И.В., Кублин И.М. Маркетинг лояльности – инновационная концепция современного маркетинга // Актуальные проблемы экономики и менеджмента. 2014. № 3(03). С. 42–47.
2. Бутчер С. Программы лояльности и клубы постоянных клиентов / пер. с англ. – М.: «Вильямс», 2004. – 272 с.
3. Зефирова Ю.И. Битвы за лояльность // Маркетинг в России за рубежом. 2003. № 4.
4. Карасев Я. Коалиционные программы лояльности / По материалам ЛМ-Консалт. URL: <http://www.loyltymarketing.ru>
5. Кублин И.М., Тинякова В.И. Инструменты управления лояльностью пользователей в социальном медиа-маркетинге, их разновидности и функции // Поволжский торгово-экономический журнал. 2013. № 5(33). С. 56–62.
6. Кублин И., Санинский С., Тинякова В. Проблемы и противоречия маркетинговых исследований в современной рыночной экономике // Проблемы теории и практики управления. 2015. № 10. С. 113–119.
7. Курьялов К. Событийный маркетинг, или новый инструмент, позволяющий удержать покупателя // Маркетинговые коммуникации. 2001. № 5.
8. Солдатов И.В., Болдырева Т.В. Применение инструментов мерчандайзинга на примере розничного магазина // Перспективы и закономерности модернизации современного общества: новый взгляд (экономические, социальные, философские, политические, правовые общенаучные аспекты): Материалы международной научно-практической конференции. 2014. С. 89–107.

УДК 339.187

**С.А. Соколова, канд. экон. наук, доцент**  
**Л.С. Шендакова, А.С. Гаас, студенты**

*Научный руководитель: М.К. Беляев, д-р экон. наук, профессор  
г. Волгоград, Волгоградский государственный технический университет*

## **ПРОБЛЕМЫ СТИМУЛИРОВАНИЯ СБЫТА В ЦЕЛЯХ РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ РЕГИОНА И СТРАНЫ**

В сложившихся условиях жесткой конкуренции, предприятия вынуждены создавать благоприятные условия для стимулирования потребительского спроса. Актуальность проблем стимулирования сбыта вызвана тем, что компании стремятся создать совершенную сбытовую модель. Для этого компании должны тщательно проработать все этапы продвижения продукции, тем самым обеспечив себе конкурентное преимущество. Основная проблема сбытовой политики заключается в обеспечении роста деловой активности через положительное влияние на потребителей.

Целью исследования является изучение особенностей стимулирования сбыта в целях развития экономики региона и страны в целом.

Стимулирование сбыта – вид маркетинговых коммуникаций, обозначающий комплекс мероприятий по продвижению продаж по всему маршруту движения товара (от изготовителя через каналы сбыта до потребителя) с целью ускорения сбыта товаров. Причинами возникновения проблем в стимулирующей сбыт политике, как правило выступают:

1. Неэффективность рекламной политики компании, то есть неправильная ориентация на потребителя, рекламная политика компании не отражает целей компании. С точки зрения компании реклама – наиболее распространенный маркетинговый ход, однако он является рискованным, поскольку реклама может иметь как положительный, так и отрицательный эффект (если товар будет неправильно представлен), при этом компания затратит деньги на осуществление рекламы.

2. Большое отличие между стимулированием сбыта и оценкой стимулирующих мероприятий.

3. Неправильное распределение ролей в подразделениях компании, что влечет за собой несогласованность маркетинговых коммуникаций.

4. Большая разница между принятием решения и его фактическим исполнением, влекущая за собой низкую маневренность компании, что говорит о низкой конкурентоспособности компании в условиях меняющегося рынка.

5. Ошибки при выборе ценовой политики, приводят к ожесточению конкуренции на рынке.

6. Стимулирование сбыта по средствам купонов и акций. Купоны, распродажи и системы выкупа – все это требует точных оценок потенциального отклика. Если такие средства стимулирования оказываются чрезмерно успешными в привлечении потребителей, то они могут привести к значительным финансовым потерям. Неправильный расчет времени, отведенного на потребительский резонанс, может также вызвать дефицит и последующую неудовлетворенность покупателей.

7. Некорректный расчет длительности стимулирования сбыта. При большой продолжительности стимулирования сбыта, предложение потеряет свою актуальность. При непродолжительном стимулировании сбыта будет достигаться больший эффект, так как временная ограниченность побудит потребителя быстро воспользоваться выгодой. При слишком короткой длительности мероприятия, большинство потребителей не сможет воспользоваться предлагаемыми выгодами.

Распространенной ошибкой российских компаний является использование сбытовой политики, только как каналов передачи товаров от производителя к потребителям, а не как совокупную систему товародвижения, включая все маркетинговые коммуникации. Этапы сбытовой политики включают:

1. Прогноз объемов сбыта, соответствующий географическому охвату.

2. Анализ и выбор каналов сбыта:

- оптовые торговцы;
- независимые оптовые торговцы;
- интегрированное распределение;
- агенты и брокеры;
- компании по обслуживанию.

3. Формирование каналов сбыта продукции, обеспечивающих переход продукции от изготовителя оптовым продавцам и розничным покупателям.

4. Организация собственной сбытовой деятельности, т.е. работа с потребителями продукции, перемещаемая в рамках канала сбыта.

Проблема выбора каналов сбыта одна из самых распространенных на рынке. Анализ научной литературы [1–7 и др.] позволил сформировать схему определения сбытовой политики компании (рис. 1).

Полагаем, что более эффективным является использование короткого непрямого канала. При этом в настоящее время наиболее эффективным в сбытовой политике является сочетание рекламы и методов стимулирования сбыта (купоны, бесплатные испытания, продажа по сниженной цене). Оптимальное сочетание методов стимулирования сбыта, приведет положительной реакции со стороны потребителя, если стимулирование оправдает ожидание потребителя, то у него вырабатывается симпатия и интерес к товару, а это менее затратный способ, по сравнению с рекламой.



Рис. 1. Процесс выбора системы и стратегий распределения

При продуманной, проработанной и документально утвержденной маркетинговой программе, сбытовая политика является эффективным способом контроля за сбытовой деятельностью компании и занимаемым сегментом рынка. Рациональное сочетание контроля над сбытовой деятельностью компании; оптимизация процедур планирования продаж; согласованная маркетинговая программа; контроль выполнения планов сбыта, позволит усовершенствовать сбытовую деятельность российских компаний в условиях ожесточенной конкуренции.

#### **Литература**

1. Баулина О.А., Ключин В.В. Концептуальные основы кластерного развития региона: монография [Электронный ресурс]. – Волгоград, 2015.
2. Жуковская В.Ю. Сектор интеллектуальных услуг в сервисной экономике России // Экономика и предпринимательство. – 2013. – № 11-2(40-2). – С. 44–46.
3. Метельская Е.А., Новиков В.С. Развитие предпринимательского потенциала малого и среднего бизнеса. Проблемы и перспективы виртуального предпринимательства // Экономика и предпринимательство. – 2014. – № 6 (47). – С. 833–838.
4. Мокропуло А.А. Направления, критерии и факторы устойчивого развития предприятия // Экономика и предпринимательство. – 2013. – № 11-2(40-2). – С. 198–201.
5. Попов Ю.Л. Маркетинг: учебник. – Волгоград, 2015.
6. Савина А.А., Соколова С.А. Формирование механизма инновационной адаптивности // NovaInfo. – 2017. – Т. 5. – № 58. – С. 219–224.
7. Соколова С.А., Язенцева Е.Н. Особенности выбора предпринимателями наиболее эффективных и предпочтительных проектов для реализации // NovaInfo. – 2017. – Т. 5. – № 58. – С. 182–185.

**УДК 330.341**

***С.А. Соколова, канд. экон. наук, доцент  
Е.Н. Язенцева, магистрант***

*г. Волгоград, Волгоградский государственный технический университет*

### **УПРАВЛЕНИЕ РЕАЛИЗАЦИЕЙ ИННОВАЦИОННОГО ПРОЕКТА**

Инновационный фактор в развитии предприятия является ключевым, приводя к увеличению прибыли за счет оптимизации производства. В современных условиях нет альтернативы инновационному пути развития. В связи с этим главным для предприятия становится разработка эффективной политики и грамотное управление реализацией инновационных проектов.

В последние годы сильно меняется структура инновационных проектов. Показательным является тот факт, что в 2010–2011 годы преобладали экологические инновации, в последующие периоды данные инновации уже стали иметь наименьший вес (рис. 1). Основными инновационными решениями в период с 2013 по 2016 годы являлись технологические и организационные инновации.

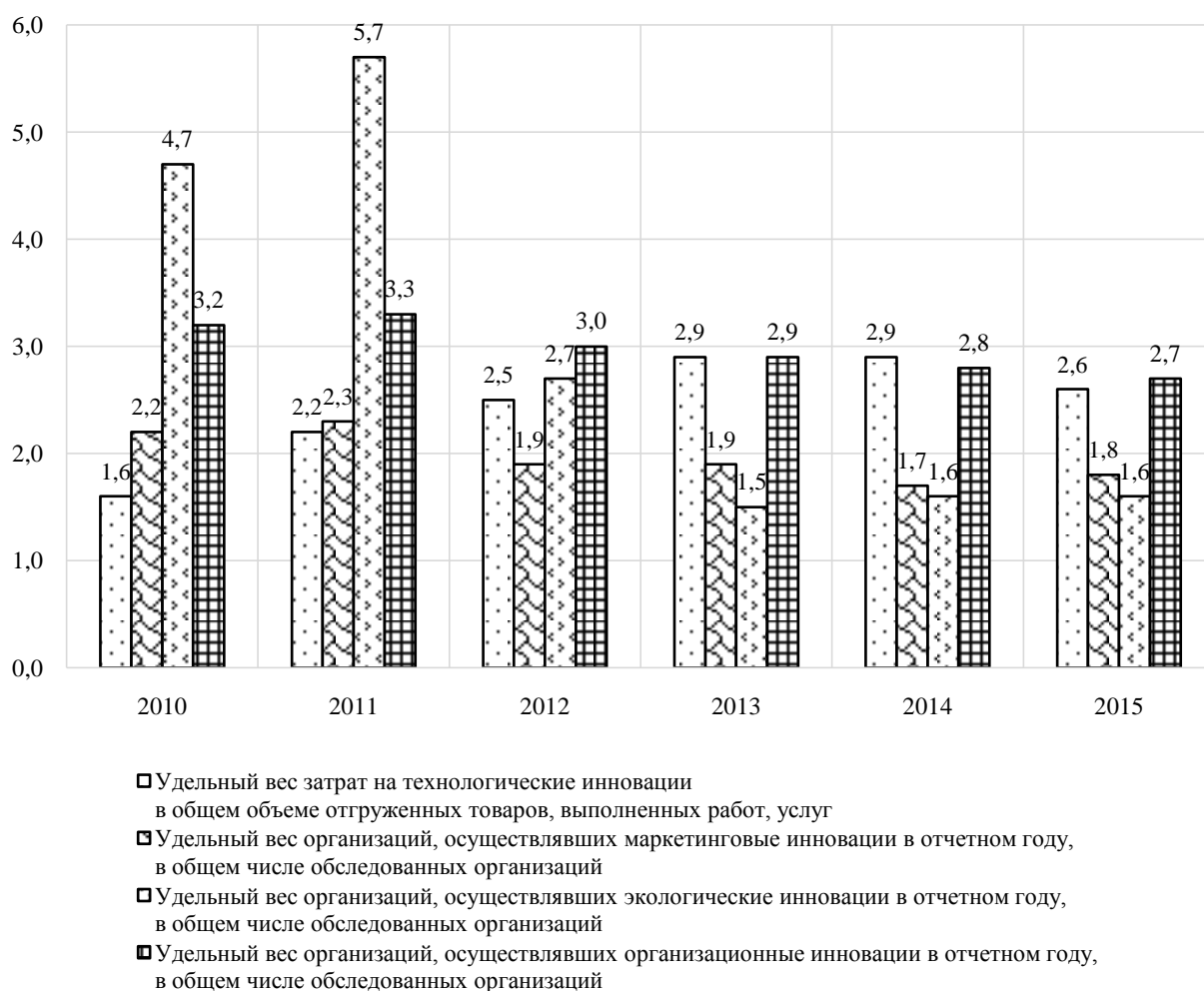
Анализ статистических данных [4] позволил установить, что технологические инновации неизбежно ведут к организационным инновациям ввиду необходимости совершенствования управленческих решений.

Анализ научной литературы [1–3; 6; 7 и др.] показал, что наиболее сильное влияние на результаты этапов реализации инновационного проекта оказывают следующие факторы:

- экономические,
- законодательные,
- социально-культурные,
- политические,
- общественные.

Наименьшее влияние имеют такие внешние факторы, как климатические условия, экология, инфраструктура. Наряду с этим основополагающим является определение цели и задачи проекта, то есть определение желаемого результата деятельности при реализации и управлении инновационного проекта. Желаемого результата можно достичь с помощью решения задач на каждом этапе его реализации. Причем цель проекта может корректироваться в процессе решения задач по ее достижению с учетом промежуточных результатов. Неточность в формулировании целей, может привести к неверному выбору стратегических решений, что приведет к излишним материальным и другим серьезным потерям. Грамотная постановка и формулировка целей и задач в конечном итоге оказывает влияние

на все составляющие инновационного проекта, в том числе на эффективность реализации инновационного проекта.



**Рис. 1. Основные показатели инновационной деятельности за 2010-2015 годы [4]**

На каждой из ступеней реализации инновационного проекта можно выделить основные функции по его управлению:

1. управление и контроль качества и сроков реализации инновационного проекта;
2. управление денежными потоками и финансовый контроль;
3. управление безопасностью выполнения работ, контроль за снижением рисков;
4. управление персоналом, участвующим в реализации инновационного проекта;
5. управление контрактами и материально-техническим обеспечением;
6. управление информационной обеспеченности;
7. управление и обеспечение взаимодействия структур, связанных с реализацией инновационного проекта.

Каждая ступень развития инновационного проекта, каждый сектор управления образует его жизненный цикл и обеспечивает его эффективность [5, с. 160]. Координированность действий всех специалистов, участвующих в процессе реализации инновационного проекта, своевременное реагирование на отклонения процесса его реализации и изменение внешних влияний, грамотная корректировка всех последующих действий – залог обеспечения эффективности инновационного проекта.

Реализация инновационных проектов происходит в основном на действующих предприятиях для перевода деятельности предприятия на качественно новую ступень развития с целью достижения более высокой эффективности. У предприятий существуют риски при реализации инновационного процесса:

1. вероятность разрушения корпоративных связей;
2. вероятность потери существующих стратегических ориентиров;
3. вероятность распыления финансовых и материальных ресурсов, в результате перераспределения на проекты;

4. вероятность финансовых потерь и банкротства, в случае неудачного внедрения инновационного проекта;
5. вероятность низкой эффективности инновационного проекта;
6. вероятность потери уже существующих заказчиков и партнеров.

Поэтому для оценки эффективности необходимо принимать во внимание сложившуюся ситуацию как внутри предприятия, так и в окружающей его среде, разрабатывать стратегию предприятия с учетом всех факторов влияния. Последовательность действий целесообразно установить в следующем порядке:

1. разработка и утверждение цели;
2. анализ внешней среды и внутреннего состояния предприятия с точки зрения возможности реализации инновации;
3. определение рисков;
4. разработка стратегических планов для достижения утвержденной цели – реализация инновационного проекта;
5. определение рисков каждого из стратегических планов, определение предполагаемой эффективности каждого из стратегических решений;
6. выбор наиболее предпочтительной стратегии;
7. подготовка ресурсов предприятия:
  - финансовых ресурсов,
  - организационных ресурсов,
  - кадровых ресурсов,
  - маркетинговых ресурсов,
  - производственных ресурсов.
8. реализация выбранной стратегии:
  - необходимость обеспечения всеми ресурсами;
  - повышение квалификации уже имеющегося кадрового ресурса;
  - обеспечение непрерывного контроля за ходом реализации инновационного проекта во всех структурах, задействованных в процессе производства;
  - мониторинг процесса реализации на каждом этапе с целью координации всех структурных подразделений для оперативной корректировки всех действий на каждом этапе;
  - привлечение новых стратегических партнеров (исполнителей, поставщиков).
9. корректировка выбранной стратегии, ее пересмотр с учетом возникающих внутренних и внешних влияний в текущий момент;
10. оценка эффективности реализованного инновационного проекта.

Комплексное прогнозирование и планирование всех этапов реализации инновационного проекта является фундаментом для принятия правильных управленческих решений. Для сохранения устойчивого состояния предприятия, управленческим структурам необходимо провести тщательный анализ внешних воздействий, которые могут в процессе реализации инновационного проекта вывести из состояния равновесия, вовремя принять меры по устранению вредных воздействий. Эти мероприятия могут привести одновременно к принятию нестандартных решений в управлении и, как следствие, построению инновационной системы управления предприятием. Таким образом, одновременно с реализацией инновационного проекта может осуществляться и совершенствование управленческой структуры предприятия.

#### Литература

1. Баулина О.А., Ключин В.В. Концептуальные основы кластерного развития региона: монография [Электронный ресурс]. – Волгоград, 2015.
2. Ключин В.В. Мероприятия по формированию постиндустриальной экономики инновационного типа на примере г. Волгограда / В.В. Ключин, О.А. Баулина, С.А. Соколова, Д.Е. Киселев // Фундаментальные исследования. 2017. № 2. С. 141–146.
3. Ломовцев М.С. Механизм управления инвестиционными процессами в сфере жилищно-гражданского строительства: дис. ... канд. экон. наук. – Волгоград, 2003. – 144 с.
4. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.gks.ru/> (дата обращения: 22.03.2017).
5. Соколова С.А. Совершенствование производственной деятельности предприятия на основе применения новаций / С.А. Соколова, С.А. Варакина, В.И. Игнатова, С.А. Новикова // Успехи современной науки и образования. 2017. – Т. 3. – № 2. – С. 159–161.
6. Соколова С.А., Язенцева Е.Н. Особенности выбора предпринимателями наиболее эффективных и предпочтительных проектов для реализации // NovaInfo. – 2017. – Т. 5. – № 58. – С. 182–185.



7. Шаталов М.А., Мычка С.Ю. К вопросу о необходимости инновационного развития в условиях нестабильности внешней среды // Общество и экономическая мысль в XXI в.: пути развития и инновации: материалы III международной научно-практической конференции, 2015. – С. 268–270.

УДК 338.121

**Ш.А. Солтыев, студент**

*Научный руководитель: З.С. Дотдугева, канд. экон. наук, доцент  
г. Ставрополь, Северо-Кавказский федеральный университет*

## **ИНВЕСТИЦИОННЫЕ РЕСУРСЫ КАК ПРЕДПОСЫЛКА РАЗВИТИЯ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В СЕЛЬСКОМ ХОЗЯЙСТВЕ**

Особенностью любых инвестиций, также общая черта, которая объединяет их с инновациями, является неопределенность, а следовательно, коммерческий (предпринимательский) риск, то есть угроза возникновения ситуаций, при которых фактические результаты инвестирования (доходы или иные выгоды) будут меньше, чем ожидалось и в расчете на которые и принималось решение об инвестировании.

В условиях рыночных отношений в современном их виде освоить любую новацию в целом по АПК оказывается практически невозможно. Поэтому целесообразной является переориентация на внедрение так называемой точечной технологии инновационной деятельности: на определенных территориях концентрировать новации и создавать «точки экономического роста» – базы апробации новых технологий. В качестве испытательных полигонов могут выступать агротехнопарк, агротехнополисы, а также непосредственно сельскохозяйственного предприятия, поскольку именно они в полной мере способны использовать идеи и результаты научных исследований [1, с. 496].

Для того, чтобы начать разработку или реализацию инновационного проекта или перестройку производства на инновационной основе, сельскохозяйственные предприятия нуждаются в свободных средств. Однако, собственные инвестиционные ресурсы предприятий крайне ограничены, поэтому довольно часто приходится привлекать средства из других источников. Наиболее важными внутренними источниками инвестирования сельскохозяйственных предприятий является нераспределенная прибыль, амортизационные отчисления, сальдо внебюджетных доходов, выручка от списания поступлений активов, мобилизация остаточных текущих активов и уставный фонд (акционерный капитал).

Таблица 1

### **Инвестиции в основной капитал, направленные на развитие сельского хозяйства по источникам финансирования (млрд руб.)**

	2006	2012	2013	2014	2015	2016
Инвестиции в основной капитал – всего	79,1	201,8	256,9	276,3	307,1	313,8
в том числе:						
собственные средства	47,3	99,6	113,9	129,3	137,5	165,5
привлеченные средства	31,8	102,2	143,0	147,0	169,6	148,3
из них:						
бюджетные средства	3,4	4,6	6,2	5,6	7,2	10,6
в том числе из:						
федерального бюджета	0,6	1,4	2,6	2,0	3,5	6,1
бюджетов субъектов РФ	2,6	2,8	3,3	3,4	3,2	4,2
местных бюджетов	0,2	0,4	0,3	0,2	0,5	0,3

Условно все перечисленные, а также другие источники инвестирования делятся на экономические и организационно-финансовые. Среди экономических главная роль принадлежит источникам производственного происхождения, связанными прежде всего с перераспределением сбережений государства, частных лиц, предприятий любой формы собственности, резервным и страховым фондами и средствами от приватизации. В эту группу также входят и источники непроизводственного происхождения, в том числе средства от кредитной эмиссии центрального банка и реинвестирования доходов, полученных иностранными инвесторами. Вторая группа источников инвестиционных ресурсов –

организационно-финансовая – более разнообразна, поскольку сюда относятся собственные и заемные средства сельскохозяйственных предприятий, включая амортизационные отчисления, выручку от продажи оборудования, которое не используется, кредиты банков, займы финансово-инвестиционных структур, средства от эмиссии ценных бумаг, государственную финансовую поддержку в виде льготной аренды, тарифную и налоговую политику, целевое предоставление льгот на использование природных ресурсов и т.д. [3, с. 17].

Аргументами в пользу привлечения для инвестирования внутренних (иначе – собственных) инвестиций является оперативность их использования, возможность получения определенных налоговых льгот и высокая степень мониторинга средств. С другой стороны, финансирование инновационных потребностей собственными финансовыми ресурсами вызывает замораживание средств, снижение уровня ликвидности на предприятии и сокращение коэффициента оборачиваемости капитала предприятия. Для внешних источников инвестирования отечественного происхождения преимуществами являются эффект финансового ливериджа (эффект финансового рычага), то есть использование задолженности для осуществления инвестиций, сокращение сроков практической реализации инновационных проектов, наличие требовательного внешнего контроля за использованием инвестиционных средств, возможность реструктуризации долга при возникновении такой необходимости и распределение рисков.

На наш взгляд, к проблемам использования этого вида инвестиций следует отнести необходимость внесения определенной залога для получения необходимых инвестиций, возможность потери сельскохозяйственным предприятием значительной части своей собственности, частичное ограничение его самостоятельности и определенное ослабление контроля руководства. Одной из разновидностей данной группы источников инвестирования, является наиболее перспективным для сельского хозяйства в контексте технологического переоснащения, необходимого для осуществления инновационной деятельности и реализации инновационных проектов, является лизинг.

Также, в отличие от иностранных кредитов и займов, прямые иностранные инвестиции способны создавать дополнительный производственный спрос на внутреннем рынке, способствуя стабилизации хозяйственного и финансового положения страны. Однако недостатки привлечения также достаточно весомые – это усложненный и достаточно длительный период привлечения инвестиционных ресурсов, необходимость убедительных гарантий, высокая стоимость и расходы на технико-экономическое обоснование проектов. Поскольку внешние источники инвестиций контролируются зарубежными партнерами, они практически не учитывают национальные интересы и стремятся передать иностранным предприятиям производственные функции инвестирования. Это приводит к сокращению внутреннего выпуска технологического оборудования, машин и материалов, а также удельного занятия населения, в конечном счете способствует увеличению отечественной инфляции.

Рассматривая вышеперечисленные разновидности внешних источников инвестирования, отдельно стоит вынести такую форму инвестирования как кредитование инновационной деятельности в виде венчурного финансирования. В науке до сих пор не существует единого согласованного определения венчурного капитала. В основном его характеризуют как экономический инструмент, используемый для финансирования ввода в действие компании, ее развития, захвата или выкупа инвестором при реструктуризации собственности. Инвестиции в форме венчурного капитала характеризуются рядом особых черт, позволяющих выделить их среди других форм инвестиций: длительные сроки, элементы риска, участие в управлении компанией, в которую инвестируются средства, форма получения доходов (преимущественно из-за прироста капитала, а не в виде дивидендов).

Нами было изучено, что институциональный анализ национальных инновационных систем доказывает, что большинство структур венчурного капитала представляют собой независимые фонды, которые объединяют капиталы финансовых институтов. По определению Европейской Ассоциации венчурного капитала, венчурный капитал (*venturecapital*) является профессиональным паевым капиталом, предоставляется предпринимателям для вложения средств на ранней стадии развития или при рисковом расширении предприятия. Это сопровождается высоким риском, который берет на себя инвестор, и одновременно ожиданиям дохода выше, чем средняя окупаемость инвестиций. Возникновение и активное развитие современного венчурного бизнеса в мире стало возможно прежде всего благодаря потребности в высокорисковом капитале со стороны малых и средних инновационных производственно-технологических компаний, которые смогли создать высокий коммерческий потенциал разработок НИОКР. При этом именно малый и средний инновационный бизнес является основным венчурным средой капитала. На долю мелких высокотехнологичных фирм в мире приходится более 85% объема средств рискованного финансирования [2, с. 65].

Таким образом подводя итоги, можно отметить, что в сельском хозяйстве осуществления инвестиционных вложений определяют факторы, некоторые из которых подвергаются воздействию со стороны деятельности сельскохозяйственных предприятий, а другие полностью независимы. К факторам, которые зависят от деятельности сельскохозяйственных предприятий, принадлежат урожайность сельскохозяйственных культур и продуктивность скота, выбор объекта первоочередных инвестиций, специализация и концентрация производства, технология производства основных видов сельскохозяйственной продукции, характер инвестиций (долго- или краткосрочные), уровень производительности труда и себестоимость производства.

Значительное влияние на интенсивность инвестиционных процессов оказывают также прогнозируемые результаты эффективности самих инвестиций, которые определяются действием организационно-производственных и экономических факторов и проявляются из-за роста производительности труда, увеличение выхода валовой сельхозпродукции и снижение себестоимости производства. Наиболее инвестиционно привлекательной в сельском хозяйстве, с точки зрения инвесторов, является отрасль растениеводства – инвестиции в нее обычно приобретают вид технического обновления и переоснащения.

#### Литература

1. Касл Э. Эффективное фермерское хозяйство / Э. Касл, М. Бекер, А. Нелсон; Пер. с англ. и предисл. А.А. Белозерцева. – М.: Агропромиздат, 2014. – 496 с.
2. Нежиборец В. Инновационная инфраструктура: проблемы, перспективы, решения / В. Нежиборец // Теория и практика интеллектуальной собственности. – 2012. – № 5. – С. 60–69.
3. Сафронов Н.А. Инвестиции. Инвестиционный проект. Бизнес – планирование – финансирование инвестиционных проектов [Электронный ресурс] / Н.А. Сафронов. – Режим доступа: <http://books.efaculty.kiev.ua/ekpd/1/17>

УДК 339.924

**Д.О. Сорокина, М.Н. Гюльнезерова, магистранты**  
Научный руководитель: Н.П. Харченко, канд. экон. наук, доцент  
г. Ставрополь, Северо-Кавказский федеральный университет

### АНАЛИЗ ЗНАЧИМОСТИ ТРАНСНАЦИОНАЛИЗАЦИИ КОМПАНИЙ ДЛЯ МИРОВОГО ЭКОНОМИЧЕСКОГО ПРОСТРАНСТВА

С точки зрения международного бизнеса, фирмы могут использовать четыре базовые стратегии (стратегии функционирования) для вхождения и конкуренции на мировых и глобальных рынках: международная, многострановая, транснациональная (ТНК), глобальная. Каждая из них имеет собственные преимущества и недостатки. Правомерность применения варьируется в зависимости от целевых стратегий (стратегия снижения издержек или стратегия дифференциации) и от типа компании. Соответственно выделяются следующие типы компаний: многострановая с зарубежными филиалами (многонациональная), международная, глобальная, ТНК.

В условиях масштабного развертывания глобализационных процессов, определяющим фактором победы в современной конкурентной борьбе являются глобальные стратегии, основанные на опережающих инновациях и новых методах ведения конкурентной борьбы. Нами будет проанализировано стратегическое развитие ТНК как ключевой детерминанте мирового хозяйства. Ведь большинство иностранных авторов отводят доминирующую роль транснационализации в процессе создания новой «геоэкономической карты мира» и растущей экономической взаимозависимости государств [1], где разделение по странам имеет второстепенное значение, уступая разделению по экономическим силам и интересам. Транснационализация, как объективно обусловленный процесс с многоуровневыми и противоречивыми проявлениями, существенно корректирует национальные и международные стратегии развития и поэтому является наиболее привлекательным объектом научных исследований.

Необходимость в разработке глобальной корпоративной стратегии ТНК зависит от сущности международной конкуренции в конкретной отрасли, тем более, что яркой характеристикой современного глобального рынка является существование сетей, как со стороны производителей, так и со стороны потребителей.

О значимости транснациональных корпораций свидетельствует тот факт, что на сегодня они позволяют решать проблемы экономического и политического разделения мирового пространства, создаются новые надгосударственные органы, имеются множество центров и агентств и др. Тем самым, выделим укрупнённые инструменты влияния транснациональных корпораций на мировую хозяйственную систему:

1. Экономические. Транснациональные корпорации являются своего рода «гидами» мирового экономического развития и механизма формирования свободной предпринимательской системы, чему способствует либерализация международной торговли;

2. Дипломатические. В сфере международных экономических отношений транснациональные корпорации выступают как политические агенты [2].

Данный состав инструментов подтверждает тот факт, что транснационализация создает объективные предпосылки для трансформации политики протекционизма, как отличительной особенности современного мирового хозяйства.

Можно с уверенностью констатировать тот факт, что значение ТНК в современном мировом хозяйстве непрерывно растет [3], это отражается на показателях роста доли иностранного сектора в деятельности ведущих компаний мира, а именно, в стоимости зарубежных активов, объемах зарубежных продаж и количестве занятых в иностранных подразделениях ТНК (Таблица 1).

Таблица 1

**Доля иностранного сектора в деятельности ведущих компаний мира**

Показатели	Стоимость в текущих ценах, млрд долл. / доля в общемировых показателях, %							
	1980 год		1990 год		2005 год		2015 год	
Объем продаж иностранных филиалов	2465	4,7	6026	6,63	18517	10,7	29298	9,1
ВВП иностранных филиалов	565	31,3	1477	43,4	3495	40,2	5812	33,9
Экспорт иностранных филиалов	637	0,9	1498	1,03	2600	1,91	5186	2,4
Численность работников иностранных филиалов, млн чел.	17,5	4,7	24,5	6,63	53,6	10,7	79,9	9,1

Таким образом, объем продаж иностранных филиалов ТНК за анализируемый период увеличился с 2465 млрд долл. до 29298 млрд долл. Количество работников иностранных филиалов также возросло и к концу 2015 года составило 79,9 млн чел. Экспорт иностранных филиалов возрос за анализируемый период на 4549 и к концу 2015 г. составил 5186 млрд долл. Что касается ВВП иностранных филиалов, то их количество к концу 2015 года составило 5812 млрд долл.

Современный феномен процветания ТНК можно объяснить способностью компаний управлять международными потоками капитала в свою пользу. ТНК играют важную роль в мировом хозяйстве, являясь ключевым субъектом инвестиционного рынка, их деятельность базируется на эффективном размещении капитала за рубежом. По своему значению иностранные инвестиции таких компаний более существенны, чем мировая торговля.

Также следует отметить, что транснационализация способствует переводу отдельных отраслей, секторов и производств из одних регионов мира в другие, из одних территорий в другие. К примеру, на начальном этапе становления постиндустриального общества такие отрасли, как автомобилестроение, металлургия, нефтехимия и ряд других были перенесены из развитых стран в страны Латинской Америки и Ближнего Востока [4]. Трудоемкие отрасли перемещаются в регионы с дешевой рабочей силой. Происходит также частичный отказ развитых стран от традиционных отраслей обрабатывающей промышленности.

При этом важно отметить, что ТНК развитых стран часто пренебрегают национальными интересами стран-реципиентов при развитии экономической деятельности в периферийных и полупериферийных экономиках. ТНК применяют как внутренние возможности данных государств, так и международные факторы производства. Помимо этого ТНК создают мощную конкурентную борьбу местным компаниям и, как правило, вытесняют их из рынка. Таким образом, в относительно выигрышном положении оказываются те государства, на территории которых сосредоточены большая часть ТНК (в первую очередь, США, а также Япония, Германия, частично – Франция) [5].

Таким образом, феномен столь значительного развития транснационализации в современном мире может быть объяснен возможностью ТНК привлекать и удерживать капитал, чему способствуют следующие факторы: способность гибкого реагирования на изменения внешней среды; наличие внутренних возможностей саморазвития, выступающих движущей силой экономических подъемов. Проведенный анализ позволяет утверждать, что транснационализация является ключевым фактором, причиной и одновременно следствием развития современного мирового хозяйства: во-первых, она

лежит в основе развития производительных сил посредством внедрения организационных и технологических инноваций; во-вторых, на долю ТНК приходится наибольшее количество международных транзакций; в-третьих, на современном этапе развития мировой экономики ТНК являются единственным актором, который действительно может планировать, организовывать и контролировать трансграничную деятельность.

Стоит отметить, что процесс транснационализации несет с собой не только положительные, но и отрицательные последствия. Негативное влияние транснационализации через призму функционирования ТНК показано в таблице 2.

Таким образом, возможно выделение трех видов воздействия ТНК на мировое хозяйство: дестабилизирующее воздействие (значительное поглощение ПИИ в определенной области, быстрый рост объема производства ТНК и, как следствие, увеличение ВВП отрасли и ее удельного веса в общем ВВП страны); стабилизирующее влияние (характеризуется средним уровнем притока ПИИ, умеренным ростом производства ТНК, что обеспечивает стабильность доли ВВП этой отрасли в общем объеме ВВП); нейтрализующее влияние (характеризуется средним уровнем притока капиталовложений ТНК, способствует замедлению падения ВВП отрасли и его удельного веса в общем ВВП благодаря деятельности ТНК).

Таблица 2

**Сравнительная характеристика негативных экономических последствий для страны, принимающей ТНК, и для страны базирования ТНК**

Для страны базирования	Для принимающей страны
<ul style="list-style-type: none"> <li>– наличие противоречий между интернациональным, глобальным характером операций ТНК и территориально ограниченной компетенцией государства;</li> <li>– государственное регулирование иностранных инвестиций: запрет инвестирования в отдельные отрасли;</li> <li>– особенности условий инвестирования (использование национальных полуфабрикатов, обучение кадров посвоей программе, расширение экспорта и вывоза всей продукции за границу);</li> <li>– риск вывода инвестиций;</li> <li>– собственная корпоративная идеология ТНК.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– представители принимающей страны не допускаются к участию в проведении НИОКР;</li> <li>– ТНК могут манипулировать ценами с целью избежания налогов;</li> <li>– ТНК могут навязывать компаниям принимающей страны перспективные направления в системе разделения труда;</li> <li>– ТНК могут располагать экологически опасные производства и предприятия поустаревшей техникой на территории принимающей страны;</li> <li>– ТНК могут вызвать неустойчивость инвестиционного процесса;</li> <li>– установление внешнего контроля со стороны ТНК;</li> <li>– давление на органы власти с целью лоббирования своих интересов;</li> <li>– во время кризиса капиталы ТНК концентрируются в стране базирования, чтобы стабилизировать внутреннюю ситуацию;</li> <li>– истощение природных ресурсов принимающих стран;</li> <li>– распространение влияния ТНК на СМИ с целью формирования «запрограммированной» местной общественной мысли.</li> </ul>

Каждое конкретное государство должно разработать гибкие, адаптированные к текущей ситуации механизмы регулирования деятельности ТНК с целью сохранения национальных интересов и одновременного наращивания объемов иностранного инвестирования, которое необходимо для развития экономики любой страны.

**Литература**

1. Saskia Sassen *Expulsions: brutality and complexity in the global economy*. – Cambridge, Massachusetts: The Belknap Press of Harvard University Press, 2014. – P. 113; Darryl Cunningham *Supercrash: how to hijack the global economy*. – Brighton: Myriad, 2014. – P. 25.
2. Чернова В.Ю. Трансформация глобальной стратегии ведущих транснациональных компаний на мировом рынке безалкогольной продукции: дис. ... канд. экон. наук. – Москва, 2016.
3. Стратегические аспекты и целевые ориентиры управления инновационным развитием предприятий промышленности и транспорта региона в нестабильной социально-политической среде: коллективная монография / под ред. профессора В.Н. Парахиной. – Ставрополь: СКФУ, 2015. – 284 с.
4. Самусенко Д.Н. Географический анализ процессов прямого инвестирования в современном мировом хозяйстве // Вестник Московского университета. Серия 5: География. – 2014. – № 1. – С. 42–48.
5. Крылова А.А. Роль транснациональных компаний в экономике // Научные аспекты глобализационных процессов: Сборник статей Международной научно-практической конференции. Уфа, 2014. – С. 30–32.

## **СПЕЦИФИКА И ПРЕИМУЩЕСТВА РОТАЦИИ КАДРОВ В ОРГАНАХ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ГРАЖДАНСКОЙ СЛУЖБЫ**

Длительное занятие работником одной вакансии оказывает неблагоприятное воздействие на развитие его трудового потенциала, сказывается на его мотивации к работе, а также подавляет интерес к более эффективному и качественному выполнению своих профессиональных должностных обязанностей. Вследствие этого, во избежание всех вышеуказанных негативных последствий, а также для более эффективного усовершенствования трудового потенциала организации, необходимо производить внутреннее движение персонала или проводить так называемую ротацию кадров.

Ротация кадров представляет собой горизонтальные движения персонала организации с одного рабочего места на другое, которые проводятся с целью ознакомления работников с различными производственными задачами предприятия и противодействия коррупции. Она является важной составляющей процесса управления кадрами организации и карьерой персонала.

Главной целью проведения ротации персонала является оптимальная расстановка кадров различного уровня во всей структуре организации для ее продуктивного и эффективного развития.

В настоящее время государственная гражданская служба является одним из важнейших социальных институтов, а уровень государственного управления нуждается в повышении эффективности своей деятельности. Для этого необходимо повышать качество уровня управления персоналом государственной гражданской службы, с использованием инновационных кадровых технологий, среди которых немало важное место занимает ротация кадров.

Согласно ст. 72.1 Трудового кодекса Российской Федерации, ротация кадров осуществляется добровольно по предварительному соглашению работника, его работодателя и руководителя отдела, куда направляется работник в процессе ротации [5, с. 38].

Федеральный закон от 27.07.2004 № 79-ФЗ «О государственной гражданской службе Российской Федерации» выделяет ротация государственных гражданских служащих как одно из приоритетных направлений формирования кадрового состава гражданской службы [6, с. 46].

Общие положения, основные принципы, механизмы ротации, критерии и показатели отбора гражданских служащих для назначения на должности в порядке ротации содержатся в методических рекомендациях Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 18 сентября 2012 г. «Организация ротации федеральных государственных гражданских служащих в федеральных органах исполнительной власти» [3, с. 12].

Итак, ротация кадров в организации должна осуществляться на основе следующих положений:

- План ротации разрабатывается начальником отдела кадров организации;
- Формируется полный график ротации персонала за год (на основе заявок начальников структурных подразделений);
- На базе графика отдел кадров организации подготавливает соответствующие документы о переводе сотрудника в иное структурное подразделение организации;
- За сотрудником обязательно сохраняется его рабочее место и его заработная плата;
- График проведения ротации готовится руководителями 2-х отделов организации (где работает и куда направляется сотрудник) и принимается руководителем организации;
- Не менее чем за 7 дней сотрудника необходимо уведомить о внутреннем его передвижении в организации.

Необходимо учитывать, что, согласно ст. 77 Трудового кодекса Российской Федерации, без письменного согласия работника ротация может осуществляться сроком не более чем на 1 месяц [5, с. 41].

Работник должен лично подать соответствующее заявление, в котором будут указаны его воля и готовность на перевод в другой отдел организации. Перевод сотрудника должен быть согласованным между руководителями прежнего и вакантного места работы сотрудника. Только после данных процедур, отдел кадров может заняться оформлением ротации. Готовится приказ в соответствующей форме по форме и передается на утверждение руководителю организации. На его основании вносится запись в личную карточку и трудовую книжку сотрудника, подвергшегося ротации [8, с. 136].

Проведение ротации кадров должно осуществляться на основе следующих этапов:

- Сотрудник, который находится на вакантной должности, составляет программу заданий и рекомендаций, которая будет предъявлена новому работнику;
- Работник, переведенный на новую должность, изучает план, программу и задания ротации;
- Проводится собеседование с начальником структурного подразделения, в который прибыл сотрудник на основе ротации;
- Осуществляется практическое и теоретическое обучение сотрудника в сроки, прописанные в плане ротации;
- Сотрудник изучает новые обязанности, проходит инструктажи, знакомится с предложенными рекомендациями;
- Проводится собеседование с руководителем структурного подразделения, где осуществляется ротация, а также с начальником отдела кадров и работником вакантной должности.
- По итогам собеседования делаются выводы, а также даются рекомендации сотруднику по поводу его новой должности.

Важно помнить, что приспособление работника и вхождение его в новые должностные обязанности является задачей руководителя отдела кадров и руководителя структурного подразделения, в котором ведется ротация. Для получения полной информации о задачах и требованиях, которые актуальны на новом месте, работнику предоставляется План вхождения в должность [1].

Начальник отдела кадров адресует подготовленные рекомендации по результатам проведенной ротации кадров руководителю организации, а также руководителям структурных подразделений.

Из вышеописанной методики проведения ротации кадров можно выделить следующие её преимущества:

1. Подготовка универсальных специалистов. Ротация кадров даёт возможность получить взаимозаменяемых работников, что очень выгодно в случае отпусков, больничных и командировок некоторых работников организации. Также передвижение сотрудника из отдела в отдел можно использовать в качестве подготовки к руководящей должности, для того чтобы он лучше разбирался в целях и задачах деятельности организации.

2. Предупреждение профессионального выгорания. Это необходимо в случаях, когда сотрудник довольно длительное время занимает одну должность, вследствие чего постепенно теряется интерес к выполнению своих должностных обязанностей. А перевод его на иное рабочее место решает данную проблему: работник будет получать новые знания и опыт, следовательно, возрастет его продуктивность и восстановится интерес к работе.

3. Профилактика или решение конфликтов на рабочем месте. При наличии на рабочем месте серьезного конфликта между сотрудниками, ротацию кадров можно использовать как способ решения сложившейся ситуации в коллективе. Миграция одного из участников конфликта позволит не только урегулировать конфликт, но и дает возможность проверить его в новой роли.

4. Улучшение микроклимата в коллективе и сближение коллег. Учась работать в новом коллективе, сотрудники получают возможность поближе познакомиться с коллегами из других отделов, тем самым налаживается более близкая связь между различными подразделениями организации, исчезает ощущение превосходства одних отделов над другими.

5. Введение новых инновационных методик, идей и концепций в работу организации. Ротация кадров позволяет новым кадрам в отделе внести свежие идеи в организацию работы подразделения.

Необходимо учитывать, что ротация должна осуществляться постоянно, то есть является процессом циклическим, поэтому необходимо учитывать эту особенность при проведении внутреннего движения кадров [2].

Но все же, обстоятельным препятствием для проведения эффективной ротации кадров государственных гражданских служащих является недостаточный квалификационный уровень их образования. Для решения этой проблемы в Федеральном законе № 79-ФЗ «О государственной гражданской службе Российской Федерации» предполагается дополнительное профессиональное образование государственных гражданских служащих, включающее в себя повышение квалификации и профессиональную подготовку кадров [6, с. 48].

Итоги реализации ротации подводятся на основе результатов аттестации сотрудника методом экспертной оценки. Руководителем должны быть сформулированы положительные и отрицательные аспекты перевода конкретного работника.

Следовательно, ротация кадров является важной составляющей частью кадровых технологий, значимым механизмом профилактики коррупции, особенно в органах государственной власти, а также одним из главных методов повышения профессионализма государственных гражданских служа-

щих. Использование данного метода позволит сделать государственную гражданскую службу еще более эффективной и результативной.

#### Литература

1. <https://zhazhda.biz/base/rotaciya-personala>
2. Иванова А.И. Ротация кадров как способ совершенствования организации труда // Молодежь и наука: сборник материалов IX Всероссийской научно-технической конференции студентов, аспирантов и молодых ученых с международным участием, посвященной 385-летию со дня основания г. Красноярска [Электронный ресурс]. – Красноярск: Сибирский федеральный университет, 2013. – URL: <http://conf.sfu-kras.ru/sites/mn2013/section016.html>
3. Методические рекомендации Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 18 сентября 2012 г. «Организация ротации федеральных государственных гражданских служащих в федеральных органах исполнительной власти».
4. Полторак К.В., Краснопахтова Л.И. Стрессоустойчивость муниципальных служащих как важный элемент профессиональной деятельности // Новая наука: современное состояние и пути развития. – 2016. – № 12-5. – С. 71–73.
5. Трудовой кодекс Российской Федерации от 30.12.2001 N 197-ФЗ (ред. от 03.07.2016) (с изм. и доп., вступ. в силу с 03.10.2016). – С. 38–42.
6. Федеральный закон от 27.07.2004 № 79-ФЗ «О государственной гражданской службе Российской Федерации». – С. 46–52.
7. Челебий Р.А., Краснопахтова Л.И. Профессиональное становление личности менеджера // Экономика и управление: актуальные вопросы теории и практики: Материалы IV международной научно-практической конференции. – 2016. – С. 385–389.
8. Шапиро С.А. Основы управления персоналом: учебное пособие. – М.: КНОРУС, 2016. – С. 130–138.

УДК 338.1:332.1

**В.А. Старокоров, студент**

*г. Ишим, Ишимский педагогический институт им. П.П. Ершова (филиал)*

*Тюменского государственного университета*

*Научный руководитель: С.А. Иванова, канд. экон. наук*

*г. Тюмень, Тюменский государственный университет*

## ФОРМИРОВАНИЕ ИННОВАЦИОННОЙ СИСТЕМЫ ТЮМЕНСКОЙ ОБЛАСТИ

Развитие инновационной системы региона происходит за счет проводимой государственной политики и формированием интереса предпринимателей к возросшей роли для страны данного субъекта. Поддерживая Тюменскую область, государство имеет экономически развитую базу в регионе, которая способствует положительному стимулированию организаций производства технологий, производства сырья, подготовка высококвалифицированных кадров и подходящей для развития конкурентоспособной среды. Все эти предпосылки создают социально-экономическую активность, которая способствует продвижению идей и заинтересованности научных кадров в развитии экономического комплекса инновационной системы.

Сейчас нужно ориентироваться не только на развитие инфраструктуры, но и на спрос инновационной продукции на уровне государства и корпораций. Поэтому одним из вариантов развития – это предложение о доработке 44 и 223 статей ФЗ, таким образом, уклон направлен в сторону закупки инновационной продукции. Равным образом целесообразно разбить по отраслям государственную закупку с привлечением экспертов. Необходимо хотя бы раз в 4 месяца производить осмотр нововведений [5].

Разработка государственной политики, мониторинг и контроль за инновациями в Тюменской области способствуют эффективной деятельности в экономической, правовой и организационной сферах, обеспечивая устойчивую динамику экономического развития региона. Информация о результатах мониторинга региональной инновационной активности приведена в таблице 1.



**Отчет о результатах мониторинга инновационной активности  
Тюменской области за III квартал 2016 года**

Тюменской области за III квартал 2016 года					
№ п/п	Наименование показателя	Ед. изм.	2016		
			1 кв.	2 кв.	3 кв.
1.	Показатели, характеризующие развитие ГБУ ТО «Западно-Сибирский инновационный центр» (далее – технопарк)				
1.1	Количество рабочих мест, созданных и сохраненных резидентами бизнес-инкубатора Технопарка	ед.	344	381	389
1.2	Выручка от продажи продукции, работ, услуг резидентов бизнес-инкубатора Технопарка за период 1 календарный год до получения статуса резидента бизнес-инкубатора Технопарка.	тыс. руб.	182 916,7	182 997,00	190 597,0
1.3	Выручка резидентов бизнес-инкубатора Технопарка от реализации продукции и оказания услуг.	тыс. руб.	141 325,21	388 075,9	541 908,79
1.3.1	Объем реализованной инновационной продукции в рамках закупок для государственных и муниципальных нужд.	тыс. руб.	595,00	945,00	1 445
1.3.2	Объём экспорта продукции	тыс. руб.	8 397,00	11 061,00	11 061,00
1.4	Объем частных инвестиций, привлеченных на реализацию инновационных проектов резидентов бизнес-инкубатора Технопарка.	тыс. руб.	14 350,86	26 712,00	32 763,20
2.	Показатели предоставления государственной поддержки в сфере научной, научно-технической и инновационной деятельности				
2.1	Количество заявок, поступивших от претендентов на получение государственной поддержки в форме субсидии в сфере научной, научно-технической и инновационной деятельности	ед.	0	0	2
2.2	Количество заявок, рассмотренных Комиссией по отбору претендентов на получение государственной поддержки в форме субсидии в сфере научной, научно-технической и инновационной деятельности	ед.	0	0	2
2.3	Количество заявок, по которым принято положительное решение о предоставлении субсидии	ед.	0	0	1
2.3.1	Объем оказанной государственной поддержки в форме субсидии в сфере научной, научно-технической и инновационной деятельности, в том числе:	тыс. руб.	0	0	30 000
2.3.2	Грант на выполнение научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ в целях реализации инновационных проектов, обладающих потенциалом коммерциализации	тыс. руб.	0	0	30 000

Источник: [8].

Из таблицы следует, что на протяжении 2015–2016 гг. данные показатели менялись в силу следующих обстоятельств:

- следует увеличение количества мест, т.е. привлечение новых квалифицированных кадров в сфере научно-исследовательской деятельности;
- выручка от продажи резидентов бизнес-инкубатора Технопарка от реализации продукции и оказания услуг становятся выше. Это показывает преимущества своевременного соглашения на статус резидента, т.е. вступает ряд льгот, которые помогают увеличивать прибыль и минимизировать издержки на долгосрочный период планирования. Его резидентами внедрено 40 технологических инноваций, разработано 42 промышленных образца. Выручка резидентов бизнес-инкубатора, созданного в технопарке, составила больше трехмлрд рублей, объем налоговых поступлений превысил 289 млн рублей [1];
- эластичный объем экспорта продукции нацелен на максимизирование прибыли Технопарка;
- выделение субсидий претендентам, которые предоставили заявки.

По всей вероятности, с каждым последующим годом экономика тюменского региона будет складываться благополучно. Привлечение научного потенциала, новый опыт с других регионов и из-за рубежа, а также федеральные и региональные программы создадут мощный инновационный кла-

стер. Можно предположить, что в ближайшие 10–15 лет этот регион станет одним из сильно развивающихся в стране.

Стимулирование деятельности предпринимателей является неотъемлемой составляющей создания устойчивой системы.

Желание стать одним из главных регионов страны в инновационной деятельности становится возможным при следующих факторах:

- привлечение талантливой молодежи и квалифицированных кадров из других регионов;
- переоснащение технопарков и создание масштабной исследовательской базы;
- поиск заказчиков и разработка передовых проектов.

27 мая 2014 г. Тюменская область вошла в Ассоциацию инновационных регионов России. Это открывает возможность обмена передовыми практиками, накопленным опытом и целенаправленной системой использования ресурсов в будущем.

Тюменская область находится на 48 месте среди инновационных регионов страны [7]. «Западно-Сибирский инновационный центр» (Тюменский технопарк) является ключевой фигурой в развитии инфраструктуры, действующий с 2009 г. Насчитывается около 27 государственных программ, которые помогут поднять социально-экономический уровень в регионе [2]. Этот толчок даст положительное настроение и мотивации юридическим и физическим лицам.

Постоянная конкурентоспособность ведет за собой новые идеи, за которыми следуют затраты. Так, к примеру, за 2015 год Тюменская область потратила около 64 430.0 млн рублей на технологические инновации (табл. 2).

Таблица 2

**Затраты на технологические инновации организаций, по субъектам Российской Федерации (млн рублей)**

	2010	2011	2012	2013	2014	2015
<b>Уральский федеральный округ</b>	<b>92,205.6</b>	<b>103,872.7</b>	<b>106,259.0</b>	<b>130,916.9</b>	<b>122,952.7</b>	<b>120,131.4</b>
Курганская область	684.1	1,019.9	1,058.0	877.0	680.5	1141.1
Свердловская область	22,591.8	30,620.1	33,786.5	40872.9	28834.8	39669.3
Тюменская область	<b>29,208.5</b>	<b>33,700.8</b>	<b>33,666.0</b>	<b>58120.5</b>	<b>63984.1</b>	<b>64430.0</b>
в том числе:						
Ханты-Мансийский автономный округ – Югра	21,002.3	26,440.2	21,465.5	51164.7	54306.0	57166.6
Ямало-Ненецкий автономный округ	7,826.9	4,171.5	8,139.5	1346.0	1515.8	1507.9
Тюменская область (без АО)	...	...	...	5609.9	8162.3	5755.5
Челябинская область	39,721.2	38,531.9	37,748.5	31046.5	29453.3	14891.0

Источник: [3].

Растет промышленный комплекс, повышается доля организаций, осуществляющих технологические инновации, развивается информационная технология, химический, аграрный и т.п. комплексы. Тюменская область находится в лидерах среди инновационных регионов страны в части внедрения информационных технологий [9].

Региональные органы исполнительной власти осуществляют поддержку в сфере НТП и инновационной деятельности. Формируется новая модель построения новых взаимосвязанных элементов между собой. Корректирующая политика государства будет указывать нужный вектор в управлении научным и социально-экономическим процессом.

Предпосылками инновационной системы могут стать:

- 1) Поддержка государства, создание эффективной инновационной политики.
- 2) Увеличение предпринимательской активности и рост зарегистрированных организаций.
- 3) Создание региональных инновационных кластеров.
- 4) Обмен передовыми технологиями и опытом.
- 5) Создание новых продуктов, услуг, технологий и т.д.

Сотрудничество – это необходимая политико-экономическая составляющая развития любого государства. Связь с другими регионами и обмен опытом очень необходим для создания чего-то нового. Общеизвестно, что Япония считается страной с высокоразвитыми технологиями, сотрудничество с ней является не менее важным достижением в формировании инновационной системы тюменского региона [6]. Интерес со стороны Тюменской области вызвали такие отрасли экономики, как производство компьютеров, автомобилестроение, средства связи и т.д. Японию заинтересовала нефтегазовая отрасль, нефтегазохимия, электроэнергетика. Приоритетными направлениями сотрудничества являются развитие нефтегазохимии, совместные проекты в области здравоохранения, развития туризма, а также обмен научным потенциалом.

Безусловно, обмен опытом с зарубежными коллегами в сфере предпринимательства дает положительный результат. За 2016 год внешнеторговый оборот с Японией одной Тюменской области (без АО) составил 7 431,6 тыс. долл. США, в том числе экспорт – 1 037,79 тыс. долл. США, импорт – 6 393,81 тыс. долл. США [10]. Предприниматели Тюменской области развивают новые технологии в сфере строительства, водоподготовки, розничной торговли, мебельной отрасли, сельском хозяйстве и т.п.

Более того, Тюменская область развивает свою конкурентоспособность на основе своего кластерного подхода. Осознавая роль и значение кластерного подхода к процессу развития экономики региона и повышения его конкурентоспособности, правительство Тюменской области осуществляет политику, направленную на поддержание научно-технической и инновационной деятельности, создание и развитие единого объединенного комплекса науки, бизнеса и власти. Основной целью деятельности в данном направлении является создание экономических, правовых и организационных условий для инновационной деятельности, обеспечивающих устойчивую динамику экономического развития региона за счет роста конкурентоспособности продукции, эффективного использования научно-технического потенциала для решения задач социально-экономического развития

В качестве мер государственной поддержки инноваций, в том числе в нефтегазовом секторе, в регионе реализуются гранты начинающим малым инновационным компаниям на их создание, субсидии на создание опытного образца и патентование результатов научно-исследовательской деятельности, субсидия на реализацию инновационных проектов, получивших поддержку ФГБУ «Фонд содействия развитию малых форм предприятий в научно-технической сфере», а также субсидии действующим инновационным компаниям в целях возмещения затрат в связи с производством (реализацией) товаров, выполнением работ, оказанием услуг. Помимо этого, региональные власти активно продвигают инновационную продукцию тюменских резидентов на российский рынок. Также связь «власть – бизнес – наука» прослеживается на отраслевых форумах, организуемых с участием органов областной власти с целью обмена мнениями между профессионалами – производителями и учеными. Непосредственное регулирование и управление научной, научно-технической и инновационной деятельностью в соответствии с действующим законодательством осуществляет комитет по инновациям Тюменской области [4]. Позитивным моментом является и рост активности государства в рамках действующих федеральных и региональных программ.

Таким образом, у Тюменской области не только большой кадровый, финансовый, технологический и сырьевой потенциал, но созданы все условия для формирования инновационной системы региона.

#### Литература

1. Ассоциация инновационных регионов России [Электронный ресурс]. – URL: <http://innovation.gov.ru/ru/node/30508> (дата обращения: 26.03.2017).
2. Государственные программы Тюменской области [Электронный ресурс]. – URL: [http://admtymen.ru/ogv\\_ru/finance/programs.htm](http://admtymen.ru/ogv_ru/finance/programs.htm). (дата обращения: 26.03.2017).
3. Затраты на технологические инновации организаций (по субъектам Российской Федерации) [Электронный ресурс]. – URL: [https://docviewer.yandex.ru/?url=http%3A%2F%2Fwww.gks.ru%2Ffree\\_doc%2Fnew\\_site%2Fbusiness%2Fnauka%2Finnov-n5.xls&name=innov-n5.xls&lang=ru&c=58dbb8844f6d](https://docviewer.yandex.ru/?url=http%3A%2F%2Fwww.gks.ru%2Ffree_doc%2Fnew_site%2Fbusiness%2Fnauka%2Finnov-n5.xls&name=innov-n5.xls&lang=ru&c=58dbb8844f6d) (дата обращения: 27.03.2017).
4. Иванова С.А. Практика развития инновационного кластера нефтегазовой специализации Тюменской области // Современные исследования социальных проблем (электронный научный журнал). 2015. № 1 (45). С. 447–465.
5. Инновационная деятельность Тюменской области выходит на качественно новый уровень: интервью [Электронный ресурс]. – URL: [http://admtymen.ru/ogv\\_ru/news/subj/more.htm?id=11388281%40egNews](http://admtymen.ru/ogv_ru/news/subj/more.htm?id=11388281%40egNews) (дата обращения: 25.03.2017).
6. Информация о сотрудничестве Тюменской области с Японией [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.tyumen-region.ru/ved/cooperation/international/japan/> (дата обращения: 27.03.2017).
7. Карта инноваций России [Электронный ресурс]. – URL: <http://innovation.gov.ru/ru/page/581> (дата обращения: 27.03.2017).
8. Отчет о результатах мониторинга инновационной активности Тюменской области за III квартал 2016 года [Электронный ресурс]. – URL: [http://admtymen.ru/files/upload/OIV/D\\_StratigR/Документы/miato%203kv2016.doc](http://admtymen.ru/files/upload/OIV/D_StratigR/Документы/miato%203kv2016.doc) (дата обращения: 26.03.2017).
9. Потенциал Тюменской области изучает Ассоциация инновационных регионов России [Электронный ресурс]. – URL: [http://admtymen.ru/ogv\\_ru/finance/innovation/innovation\\_news/more.htm?id=11414432@egNews](http://admtymen.ru/ogv_ru/finance/innovation/innovation_news/more.htm?id=11414432@egNews) (дата обращения: 25.03.2017).
10. Экспорт и импорт по странам-контрагентам Тюменской области за декабрь 2016 года /Федеральная таможенная служба. Уральское таможенное направление [Электронный ресурс]. – URL: [http://utu.customs.ru/index.php?option=com\\_content&view=category&id=326&Itemid=232](http://utu.customs.ru/index.php?option=com_content&view=category&id=326&Itemid=232) (дата обращения: 27.03.2017).

## ИСПОЛЬЗОВАНИЕ БЕНЧМАРКЕТИНГА В РАЗВИТИИ РЕГИОНОВ

Региональное развитие в последнее время стало насущной проблемой и всеобсуждаемым вопросом. Действительно, наконец-то пришло понимание, что без точечного развития территорий, которые, собственно, и являются основной составляющей частью нашей страны, невозможен рост и стабильность. Для обеспечения эффективного экономического и социального роста территорий используется множество средств и методов, которые однако не приводят зачастую к необходимым результатам. В целях обеспечения стимула к развитию вводятся понятия конкуренции и сравнительного анализа регионов.

Конкуренция является важным стимулом для возможностей политического развития. В результате усиления конкуренции между странами и регионами, которая обусловлена глобализацией, мероприятия по сравнительному анализу, которые изначально были разработаны для сравнения показателей деятельности фирмы, постепенно переносятся и применяются также в территориальном контексте и регионах. В этой связи, возможно говорить об использовании методов бенчмаркетинга, который будет адаптирован к территориальному контексту.

Бенчмаркинг – одно из направлений маркетинга, сравнение сопоставимых параметров продукта или видов деятельности, привнесение в деятельность лучших примеров из практики конкурентов [1, с. 207]. Он в равной степени включает в себя два процесса: оценивание и сопоставление.

Этот метод взят из управления организациями. Он заключается в том, чтобы сопоставить методы работы конкурирующей фирмы, имеющей лучшие показатели эффективности и применить их в своей организации.

Однако существуют реальные риски при использовании концепции, разработанной для конкретной единицы анализа (компании) и применения её к другому объекту – территории. Во-первых, территориальные системы развития гораздо сложнее, чем компаний.

Во-вторых, одноотраслевые фирмы гораздо более однородны по ряду оцениваемых показателей, чем регионы одной страны. Конечная цель компании относительно проста – максимизация прибыли, тогда как для управления территориями характерны частые компромиссы между целями государственной и муниципальной политики и региональными показателями эффективности, которые зависят от экономических и социальных факторов, не зависящих от единого органа управления, в отличие от организации. Региональный бенчмаркетинг значительно отличается от бенчмаркетинга фирм, где возможно просто перенять опыт более успешной компании, кроме того, для бенчмаркетинга фирм присуще использование административных методов воздействия руководством фирмы, тогда как при территориальном бенчмаркетинге использование принудительных методов воздействия не всегда приемлемо.

В отличие от бенчмаркетинга фирм, бенчмаркетинг территорий должен быть более систематическим, в нем должна быть отражена политика развития и управления. Вместо простого принятия опыта и применения его на практике управления, как это происходит в бизнесе, необходимо выявлять сильные и слабые стороны регионов, рассматривать области деятельности с использованием более рентабельных и эффективных процессов и осуществлять адаптацию к конкретному региону или муниципальному образованию.

Региональный бенчмаркетинг должен решать несколько задач. В первую очередь, необходимо создание идентификационной системы сопоставляемых регионов. В большинстве случаев этот – первый шаг, плохо понимается при реализации аналитических тестов.

Как только регионы определены (не всегда это могут быть конкретные края, области или муниципальные образования), имеет смысл определить приоритеты развития для тех, кто оказался в числе лучших регионов по социально-экономическому развитию. Методы, которые могут помочь в определении лучших регионов, могут быть абсолютно различны – SWOT-анализ, как правило, служит отправной точкой, после которого следует бенчмаркетинг конкурентоспособности – сопоставление характеристик регионов в области управления и развития. Внутренний бенчмаркетинг – позволяет оценить и сопоставить схожие процессы социального и экономического развития регионов в одинаковых областях управления. Функциональный бенчмаркетинг представляет собой оценку и сравнение

функций разных секторов управления. Бенчмаркетинг процесса – сравниваются показатели определенных процессов управления.

После выявления и оценки всех регионов важно обеспечить процесс осведомления регионов – заинтересованных сторон, относительно позиции региона с целью повышения мотивации региональной власти к действиям по улучшению положения территории. Важно понимать, что региональные власти могут устанавливать разные стратегии и цели развития, даже если они имеют сходные структурные характеристики с «лучшим» регионом, поэтому помимо использования анализа сильных и слабых сторон должен сопровождаться анализом приоритетов развития. К сожалению, не всегда применение методов и практик управления в успешных регионах возможно для отстающих территорий. Это связано, в первую очередь, с социальными факторами, такими как половозрастная структура населения, уровень здравоохранения или инфраструктуры.

Однако бенчмаркетинг позволяет выявить детерминантные показатели инноваций, приоритеты развития и повышения конкурентоспособности региона, методы бенчмаркетинга предоставляют неограниченную информацию о структуре и правильном сочетании политики, планов действий и способов развития.

Наконец, бенчмаркетинг обеспечивает контроль и оценку развития отстающих регионов. Эталонная оценка позволяет увидеть, сокращает ли разрыв отстающий регион с лучшим, выявить разницу между конкретными областями, выявить эффективность управления. То есть бенчмаркетинг может служить в качестве постоянного инструмента оценки развития и политики, проводимой в регионе.

#### Литература

1. Князева И.В., Бондаренко И.В. Маркетинг территории. Учебное пособие. – Новосибирск: СибИУ – филиал РАН-ХиГС, 2014.
2. Багиев Г.Л., Богданова Е.Л. Маркетинг-статистика: учеб. пособие. – Санкт-Петербург: СПбГУЭФ, 2013.

УДК 334.764

**А.Г. Стушкин, студент**

*Научный руководитель: А.А. Соколова, канд. экон. наук, доцент  
г. Ставрополь, Северо-Кавказский федеральный университет*

## СИНЕРГЕТИЧЕСКИЙ ЭФФЕКТ ОТ СДЕЛОК СЛИЯНИЯ И ПОГЛОЩЕНИЯ

Для Российской Федерации сделки слияний и поглощений обретают на сегодняшний день большую актуальность. Процессы слияний банков и промышленных организаций берут свое начало еще в начале 90-х годов.

Существует большое количество возможных целей совершения сделок слияния и поглощения, но в более широком смысле, главной целью считается получение синергетического эффекта.

Синергетический эффект – это приоритет от совместной деятельности нескольких организаций в сравнении с их автономной работой. Наглядное уравнение, которым возможно разъяснить данное понятие является « $2+2=5$ » либо « $1+1>2$ » [1, с. 12].

Синергетический эффект выражается в разных формах, которые и считаются мотивами слияний и поглощений. Далее необходимо прибегнуть к видам получаемых синергий.

Выделяют следующие разновидности синергий:

- операционная экономия – увеличение производительности за счет ликвидации одинаковых функций в каждой из участвующих в объединении организаций, объединения маркетинга, снабжения, управления финансовыми потоками.
- экономия за счет масштаба – сокращение среднего количества затрат на единицу продукта по степени увеличения объема выпуска, причиной чего служит рассредоточение постоянных издержек на больший объем продукта.
- уменьшение затрат за счет вертикальной интеграции. Вертикальное объединение дает возможность уменьшить затраты за счет: обеспечения исполнения обязательств, усовершенствования управления и координации во всей технологической цепочке, отклонения от рыночной стоимости ресурсов в объединяемых производствах, усовершенствования контроля качества, защиты собственной технологии. Тем не менее, вертикальное объединение имеет и негативные последствия, наиболее значимыми из которых являются: избыточные затраты, перекрестное субсидирование уменьшает

стимулы к увеличению эффективности бизнес-единиц организации, утраты при стремительной смене технологий, утраты при непредвиденности спроса.

- комбинирование взаимодополняющих ресурсов. Большое количество небольших организаций становятся мишенью поглощения для крупных, по причине того, что они дают возможность обеспечить организации-покупателю конкурентное превосходство для развития бизнеса. К примеру, венчурные организации, формирующие неповторимую инновационную продукцию либо технологии, могут сформировать прототип продукта, однако не обладают финансовыми ресурсами для обеспечения массового производства. В этот же период, крупной организации выгоднее приобрести подобную «лабораторию», нежели формировать собственное производство.

- оптимизация налогообложения (налоговые щиты). Дает возможность для использования трансфертного ценообразования для уменьшения налоговых платежей, в западных государствах – возможность использования принципа «переноса на будущие периоды» затрат одной организации для снижения налогооблагаемой прибыли другой, то есть уменьшение предстоящих налоговых платежей.

- увеличение эффективности управления. С точки зрения корпоративного управления, слияния и поглощения изучаются в виде системы корпоративного контроля, которая позволяет перераспределить имущество от малоэффективного менеджмента в сторону более результативного. При этом, традиционным аспектом результативности менеджмента, который основан на стоимости, является наибольшее увеличение состояния акционеров [3, с. 24].

В целом, практически все мотивы связывают с получением синергетического эффекта. Тем не менее, определенные ученые указывают, что данный эффект не проявляется. Не исключением является ситуация, когда размер ожидаемой синергии преувеличена. Признается, что в 80% сделок по слияниям и поглощениям синергетический эффект не достигает того числа, которого от них ожидали, и в более чем 50% ситуаций, сделка не опосредует затрат, которые были понесены в период ее выполнения. То есть в половине ситуаций, синергетический эффект от сделки расценивается как отрицательный.

Фактором данной ситуации служит то, что во время покупки приобретаемой организации, покупатель сталкивается с проблемами недостатка информации о ее клиентах, внутренних бизнес процессах и тому подобное. Инвестиционные банки, которые способствуют заключению сделок по поводу слияния и поглощения так же встречаются с трудностью оценки и моделирования предстоящих выгод от сделки и синергетического эффекта в том числе.

Переоценки синергии возможно не допустить, зная основные причины неудач сделок.

Первая причина неудачных сделок слияния и поглощения состоит в недооценке затрат самого процесса, утраты части клиентов организации-продавца и ожидании слишком стремительного синергетического эффекта. За ожидание того, что потребитель будет получать доступ к поставщикам и новым рынкам, на которых расположился продавец, он согласен затрачивать лишние деньги, хотя более чем в половине случаев, синергетический эффект не был достигнут. Зачастую информация об участии в сделке, стремлении заинтересовать потребителя к организации, которая участвует в процессе слияния и поглощения является наиболее важной задачей для менеджеров, нежели получение синергии, что приводит к неэффективности и трудностям.

Второй причиной неудач при слияниях и поглощениях является малая и нетщательная оценка макроэкономических условий и ресурсной обеспеченности организации-цели и организации-покупателя. Причиной этого служит то, что менеджеры очень часто излишне убеждены в собственных знаниях рыночных тенденций и направлений.

Третья причина состоит в предрасположенности преуменьшать значимость консультации специализированных органов (в основном, инвестиционных банков) и не высококачественное осуществление операции прединвестиционной оценки организации. В некоторых случаях, неэффективность сделки появляется по причине того, что организация – покупатель и организация-цель действуют в разных отраслях бизнеса. Из-за этого появляются отличия в бизнес-процессах и корпоративной культуре организации, тем более, что в первое время после сделки, процесс объединения и так усложняется унификацией и реструктуризацией внутренних процессов [2, с. 59].

В целом, можно отметить, что причина неудач состоит в неверном подборе партнера, с которым состоится сделка. Причиной заключения неудачных сделок слияния и поглощения считается то, что некоторые организации определяют целью слияния не стратегические преимущества, а корпоративные цели. К тому же, организации, которые более ориентируются на уменьшение издержек, а не на формирование объединенной организации, увеличении результативности ее отделов и объединении ресурсов на НИОКР и маркетинг, являются убыточными в большинстве случаев.

В том случае, если, согласно мнений потенциальных инвесторов, возможности эффективности выполнены организацией частично, то появляется большой мотив для поглощения организации для получения выгоды от роста ее цены из-за увеличения результативности управления. Если довольно значительная доля акционеров полагает, что действия менеджмента не отражают их интересы, то они стараются «скинуть» собственные пакеты акций, в результате чего происходит разница в цене между рыночной и инвестиционной стоимостью акций, что и применяют «захватчики», покупая недооцененные акции.

Диверсификация бизнеса дает возможность стабилизировать доходы организации за счет разнообразия в различных рыночных секторах с различной конъюнктурой. Все слияния, которые имеют синергетический эффект, на теоретическом уровне должны повышать благосостояние акционеров. Проблема заключается в том, что синергетический эффект недостаточно хорошо дается для прогнозирования, и на практике, не часто получается достичь прогнозируемого итога. [2, с.84]

С целью оценки результатов слияний и поглощений организаций, можно применять основную теорему стоимости – Теорему G1, сформированную на основе концепции CCF и концепции измерений [3, с. 77].

Аксиома G1 гласит: цена объекта определяется его мгновенной стоимостью и ожиданиями по поводу изменения его мгновенной стоимости в перспективе. Теорему G1 можно концептуально отобразить следующей формулой:

$$V = f(M, e), \quad (1)$$

где  $V$  – цена объекта, денеж. един.;

$M$  – мгновенная стоимость объекта, денеж. един.;

$e$  – безразмерный коэффициент, отображающий ожидания по поводу изменения мгновенной стоимости объекта за конкретный промежуток времени в перспективе.

На основе теоремы G1 была сформулирована Теорема G1B, открывающая новый подход к оценке бизнеса [3, с. 82]

Аксиома G1B гласит: цена бизнеса определяется его мгновенной стоимостью и ожиданиями по поводу изменения его мгновенной стоимости в перспективе.

Положения Теоремы G1 и Теоремы G1B, с применением «золотой формулы CCF», дали возможность получить универсальную формулу цены:

$$V_i = M_i * e_i, \quad (2)$$

где  $V_i$  – цена объекта в момент времени  $t_i$ ;

$M_i$  – мгновенная стоимость объекта в момент времени  $t_i$ ;

$e_i$  – безразмерный коэффициент, отображающий ожидания в момент времени  $t_i$  по поводу изменения мгновенной стоимости объекта за конкретный промежуток времени в перспективе.

Полученная формула (2) дала возможность выявить механизм внезапных катастрофических банкротств организаций, как например таких гигантов, как Enron, WorldCom и другие. Было выявлено, что причиной «обвала» стоимости оказалось не изменение мгновенной стоимости бизнеса, отображающей результат его предшествующей работы, а в быстрой кардинальной перемене ожиданий по причине изменения его мгновенной стоимости в перспективе.

Необходимо отметить, что формула (2) полезна для разбора системы влияния слияний и поглощений на цену организации. В случае если главной целью деятельности организации считается максимизация их стоимости, то абсолютно разумно допустить, что главной причиной слияний и поглощений будет являться увеличение стоимости новых организаций, которые образуются в итоге. При этом при слияниях и поглощениях, чаще всего, ставится цель не обычного математического суммирования цены объединяющихся организаций, а получение синергетического эффекта цены, когда стоимость полного объекта окажется более, чем суммарная стоимость его элементов.

В отличие от классических форм слияний и поглощений, с большой долей добровольных «дружественных» слияний, в Российской Федерации они почти все время вынашивают строгий, принужденный характер. Одна из главных трудностей отечественных слияний и поглощений – почти полная идентичность менеджеров организаций и его собственников.

Таким образом, осуществляющийся в Российской Федерации процесс слияний и поглощений считается положительным для увеличения результативности и конкурентоспособности организации, невзирая на то, что и обладает определенными минусами и трудности. Создание крупных холдингов, которые будут управляться платежеспособным владельцем, дает возможность «обреченным» на сегодняшний день организациям большую возможность привлечения инвестиций, модернизации производства.

## Литература

1. Ендовицкий Д.А. Экономический анализ слияний и поглощений компаний / Д.А. Ендовицкий, В.Е. Соболева – М.: КНОРУС, 2014. – 158 с.
2. Кемпбелл Э.А. Стратегический синергизм / Э.А. Кемпбелл, К.Р. Саммерс. – СПб.: Питер, 2014. – 445 с.
3. Шаленкова О.П. Методика количественной оценки синергетического эффекта как ключевого фактора в принятии решения о проведении сделок M&A / О.П. Шаленкова. – М.: Дело и Сервис, 2016. – 99 с.

УДК 339

**А.А. Суворова, студент**

*Научный руководитель: Г.В. Чепурко, канд. экон. наук, доцент  
г. Ставрополь, Северо-Кавказский федеральный университет*

## ПОСЛЕДСТВИЯ ИЗМЕНЕНИЯ УСЛОВИЙ ТОРГОВЛИ ДЛЯ РОССИИ

С конца 2014 года наибольшее внимание многих аналитических, новостных, экспертных агентств, Правительства России уделяется изменению ситуации в российской промышленности. Изменение условий торговли, введенные многими странами санкции по отношению к России, непрекращающиеся волнения на территории Восточной Украины оказывают влияние на цены российского рынка и общий объем выпуска продукции отдельных отраслей промышленности.

Основными факторами, обуславливающими текущее состояние экономики, можно назвать следующие:

- 1) нестабильность геополитической обстановки, рост социальной напряженности;
- 2) риски, связанные с экономической деятельностью;
- 3) введение рядом стран санкций и ответных российских контрсанкций;
- 4) запрет на передачу технологий и оборудования российским производителям.

В то время, как данная ситуация только начала развиваться, а именно летом 2014 года, люди предполагали, что ситуация носит лишь временной характер и нам стоит просто переждать. Все это лишь простимулировало национальное производство, российские фирмы стали выпускать продукцию взамен импортным изделиям, государство стало активно реализовывать политику протекционизма. Однако, вскоре после девальвации рубля, изменившихся условий производства и торговли, снизилась инвестиционная активность, начался рост инфляции, появилась невозможность получения кредитных ресурсов. Вследствие этого российской промышленности пришлось не просто пережить, но и подстраиваться под новые экономические условия.

В результате изменений условий торговли и влияние множества факторов некоторые отрасли все же остались в выигрышном положении – сельскохозяйственная и металлургическая. В результате повышения спроса на их продукцию будет происходить не только импортозамещение, но и привлечение денежных средств и в отрасли, и в отдельные регионы. В правительстве РФ также отметили, что регионы, занятые автомобильным производством, так же ждет «толчок». Однако в связи с девальвацией рубля, снижением роста экспортных поставок и колебанием мировых цен по нефтехимии, цветной и черной металлургии данным отраслям придется нелегко. Если мировые цены по нефтедобывающей промышленности будут падать, то это приведет к дисбалансам в экономической системе и замедлению темпов роста.

Также непросто будет отраслям, занятым в производстве оборонной промышленности. В основном это связано с двумя причинами:

- 1) сокращение экспортных заказов;
- 2) отсутствие денег в бюджете для финансирования производства данного вида, что сделает невозможным перевооружение российской армии.

Безусловно, новостные заголовки не перестают говорить о том, что не только жители России пострадали от введения эмбарго, но и иностранные граждане. В основном это заметно по изменившимся ценам на продукты: в некоторых европейских странах картофель подорожал почти на 20%, тыквы – на 50%, помидоры – на 35%. Многие фермеры отмечают, что от российского эмбарго они в совокупности потеряли около 650 млн евро, а огромные компании по производству молочной и фруктово-овощной продукции были вынуждены в срочном порядке прибегать к сокращению штата своих сотрудников [3, с. 1265]. К примеру, министр по торговле и промышленности Чехии говорит о потерях в 80 млн евро и 700 рабочих мест, Латвия теряет около 50 млн евро, множественные пред-



присятия Греции и Латвии отвозят на свалку и утилизируют тонны персиков, яблок и других овощей и это не предел. Европейцы стали отказываться от своих цивилизованных методов ведения торговли и стали искать способы обойти антироссийские санкции, придумав отправлять свою продукцию через нейтральные страны, забыв, что в таких странах есть собственные сельскохозяйственные производители, и данная лазейка была закрыта на государственном уровне. У попавших в собственную лазейку иностранных производителей остается только один выход – требовать компенсацию за упущенные в связи с ответными санкциями России доходы. Еще в марте 2014 года министр торговли и промышленности Германии Эрих Швайцер пытался предостеречь свое правительство от необдуманных шагов, указывая, что от торговых отношений с Россией в самой Германии зависит 400000 рабочих мест. Тогда же в Афинах прошло совещание 14 крупнейших бизнесменов, на котором обсуждались возможные потери Греции от введения санкций. Потенциальный ущерб экономике страны был оценен в 7500000000 евро, что приравнивается к 4% ВВП. В британской газете The Telegraph появилось письмо с подписями 6 ведущих топ-менеджеров с призывом не пересекать «красную черту».

Что касается потерь для России, то в 2015 году эксперты доложили о недополученных 150 млрд долларов, однако проанализировав дальнейшую ситуацию, заявили, что данные потери связаны в основном не с введением продуктовых санкций, а со снижением цен на нефть [2, с. 7].

Как показывает практика, наибольший урон от санкций может получить лишь та страна, которая полностью зависит от импортной продукции и не может производить самостоятельно. В этом случае многие эксперты считают введение санкций положительным инструментом для стимулирования экономики России и отдельных отраслей промышленности. Такая ситуация поспособствовала поиску новых торговых партнеров, которых оказалось не так сложно найти даже в условиях торговых ограничений. Стоит помнить, что такая большая страна всегда имеет потенциал и преимущество по отношению к другим странам.

Согласно Органам государственной статистики, можно заметить, что ослабление российской экономики началось еще задолго до введения санкций и усложнения геополитической обстановки: если в 2012 году ВВП составлял 103,5%, то в следующем году опустился до 101,3% [1, с. 465].

Экономика России всегда была ориентирована на внешний экспорт, связанный с реализацией различных видов сырья и энергоресурсов, что приносило достаточно крупную прибыль до наступления кризиса 2008 года, сразу после которого данная тенденция пошла на спад.

Несмотря на текущую политическую обстановку, Россия продолжает поддерживать хорошие отношения с Китаем. Несколько лет назад президенты подписали взаимные соглашения по поводу сотрудничества в области инноваций, увеличению инвестиций, военному и экономическому сотрудничеству. Большое внимание было уделено сотрудничеству по энергетике и строительству Восточного газопровода. Также укрепились отношения России и стран БРИКС, образовавших политико-экономический блок благодаря ежегодным съездам.

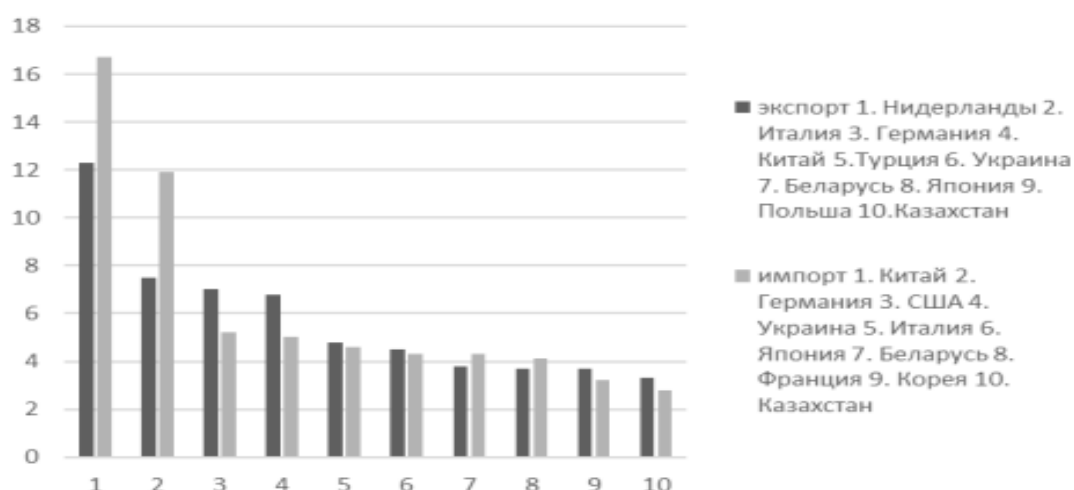
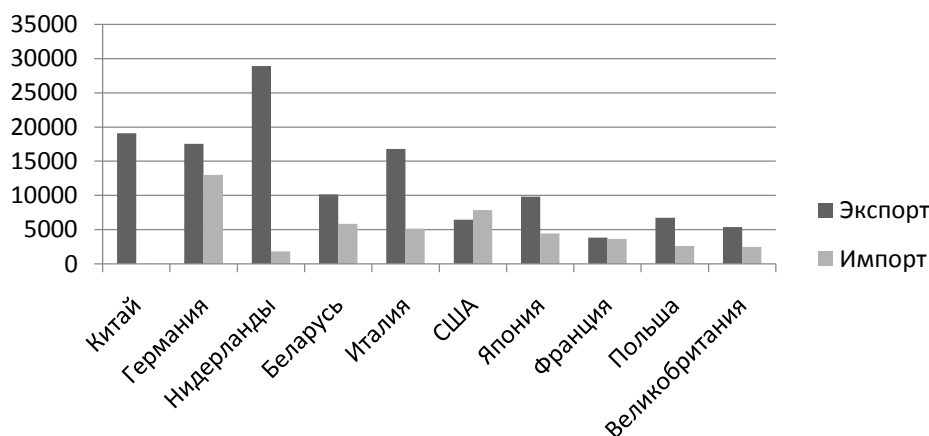


Рис. 1. Крупнейшие торговые партнеры России, в % к общему импорту и экспорту (по данным ФТС, 2014 г.)

Источник: создано автором на основе анализа литературных источников

Согласно рисунку 1, главными партнерами в торговом балансе РФ в 2014 являются страны Евросоюза (42,2% импорта и 53,8% всего экспорта), страны Азиатско-Тихоокеанского экономического сотрудничества (34,3% импорта и 18,9% экспорта) и Содружество Независимых Государств (13%

импорта и 14% экспорта), самые большие из них – Китайская народная республика и Германия [4, с. 495].



**Рис. 2. Основные торговые партнёры России по странам, 2016 г.**

Источник: создано автором на основе анализа литературных источников

Глядя на рисунок 2, можно заметить, что основными торговыми партнёрами России, несмотря на санкции, до сих пор являются страны ЕС – \$124,9 млрд. Торговый оборот со странами Евразийского союза (ЕАЭС) пока составляет \$9,4 млрд. Однако если рассматривать в страновом эквиваленте, то главный торговый партнёр это Китай – почти \$40 млрд. На втором месте – Германия с \$25 млрд, а на третьем – Нидерланды с \$21 млрд.

Таким образом, мы можем сделать вывод, что санкции, примененные странами Запада, оказали и положительное, и негативное влияние на экономику России. Несмотря на трудности условий торговли, Россию буквально силком заставляют заниматься собственным производством в самых разных областях, работать над своей собственной финансовой системой. Такие меры способствуют укреплению национальной экономики и приобретению новых выгодных партнерств, что впоследствии может привести к повышению международного статуса России на мировом рынке.

#### Литература

1. Бексултанова А.И., Аслаханова С.А. Влияние санкций на экономику Российской Федерации // Молодой ученый. – 2016. – № 3. – С. 464–466.
2. Бойко А.Н. Генетические особенности российской экономики и потенциал экономического роста // Экономический анализ: теория и практика. – 2014. – № 12. – С. 2–9.
3. Иванов А.Н., Безуглова М.Н., Данильченко А.В. Влияние санкций на экономическое положение Российской Федерации // Молодой ученый. – 2016. – № 12. – С. 1264–1266.
4. Зайцева Е.В. Санкция на санкцию: запреты, введенные Россией и Западом, влияние на дальнейшее развитие РФ // Молодой ученый. – 2016. – № 2. – С. 493–497.

УДК 336.52

**М.А. Суровцева, студент**

Научный руководитель: С.А. Иванова, канд. экон. наук, доцент  
г. Тюмень, Тюменский государственный университет

## ОЦЕНКА РИСКА, ВОЗНИКАЮЩЕГО НА ЭТАПЕ БЮДЖЕТНОГО ПЛАНИРОВАНИЯ СОЦИАЛЬНЫХ РАСХОДОВ РЕГИОНАЛЬНОГО БЮДЖЕТА

Социальные расходы – это затраты бюджетной системы на все виды социально значимых услуг, включая сферу образования, здравоохранения, социальной политики, а также культуры, кинематографии, физической культуры и спорта. Определение социальных расходов базируется на понятии «социально значимые услуги», то есть услуги, удовлетворяющие потребности человека по включению его в социальную общность, а также по формированию и развитию его социально-экономиче-

ской активности. Опираясь на эти термины, можно выделить сущностные характеристики социальных расходов:

- во-первых, основной направленностью данных расходов является создание условий для формирования и развития социально-экономической активности членов общества;
- во-вторых, в социальной сфере оказываются специфические социальные услуги;
- в-третьих, результативность расходов на социальную сферу может быть оценена иначе: не только экономической эффективностью, но и социальной, связанной с ценностными ориентирами в обществе (социальная справедливость, социальная защищенность, гуманизация экономической, трудовой и социальной жизни и так далее).

То есть можно заключить, что расходы на социальную сферу – это та часть расходов бюджета, которая направлена на создание условий для развития человека как участника социальной общности и субъекта социально-экономической активности.

Особенностью социальных расходов является то, что они не оказывают прямого положительного эффекта на денежный поток бюджета в краткосрочном периоде. Иными словами, социальные расходы нельзя приравнять к инвестиционным с точки зрения возвратности денежных средств. В то же время осуществление социальных расходов положительно сказывается на долгосрочной устойчивости бюджета ввиду формирования социально-экономической основы для роста производительности труда и потребления. Следовательно, осуществление социальных расходов представляется необходимым и критичным для нормального экономического развития. Однако существующая система социальных гарантий, а также принятие новых социальных обязательств, обусловленных политическим циклом, но не обоснованных с точки зрения устойчивости бюджета и темпов экономического роста, приводят к высокой финансовой нагрузке на бюджет. Вот почему финансирование социальной сферы постоянно подвергается бюджетным рискам. Официальное определение бюджетных рисков содержится в приказе Министерства финансов РФ от 19.10.2011 № 383 «О порядке осуществления в Министерстве финансов Российской Федерации оперативного мониторинга качества финансового менеджмента». Под бюджетным риском понимается возможность невыполнения (полностью или частично) определенных параметров (характеристик) федерального бюджета, неэффективного управления ликвидностью счета по учету средств федерального бюджета, а также неэффективного использования средств федерального бюджета в текущем финансовом году при условии сохранения в течение текущего финансового года качества финансового менеджмента, достигнутого в отчетном периоде [9, с. 1].

Согласно докладу Рабочей группы по оценке бюджетных рисков Общественного совета при Министерстве финансов Российской Федерации к основным бюджетным рискам относятся риски потери доходов, риски дополнительных расходов, риски финансирования и риски, возникающие на этапе бюджетного планирования [1, с. 3].

В социальной сфере наибольшую актуальность имеют риски, возникающие на этапе бюджетного планирования, так как построение макроэкономических прогнозов для целей бюджетного планирования также несет в себе дополнительные бюджетные риски – риски переоцененности бюджетных прогнозов. Так, например, завышенные макроэкономические показатели или использование излишне оптимистичных предпосылок могут приводить к недобору реальных доходов по сравнению с параметрами закона о бюджете. Особенно опасными с этой точки зрения являются предпосылки о ценах на нефть, влияние которых на объем доходов бюджетной системы трудно переоценить.

Методика расчета риска, возникающего на этапе бюджетного планирования, предлагается канд. экон. наук Желновой К.В. Основными инструментами методики являются стандартное отклонение и коэффициент вариации.

Итоговые коэффициенты вариации отражают уровень бюджетного риска отклонения фактических от плановых показателей. Качественная оценка различных значений коэффициента вариации представлена следующим образом:

- до 5% – низкий риск;
- от 5% до 10% – средний риск;
- выше 10% – высокий уровень риска [2, с. 19].

Рассмотрим показатели бюджета Тюменской области за 2013–2015 годы, чтобы отследить изменение риска в динамике. Исходные данные для расчета статистических показателей представлены в таблице 1.

Таблица 1

**Процент исполнения социальных расходов бюджета Тюменской области за 2013–2015 гг.**

Наименование показателя	2013 год			2014 год			2015 год		
	План, тыс. руб.	Исполнение, тыс. руб.	% исполнения	План, тыс. руб.	Исполнение, тыс. руб.	% исполнения	План, тыс. руб.	Исполнение, тыс. руб.	% исполнения
Образование	25321865	26571630	105	23956945	23202532	97	22165262	20946738	95
Культура, кинематография	2372811	2961939	125	1890656	2557407	135	2703189	2411793	89
Здравоохранение	18258260	14727135	81	14967718	14593686	98	15676779	13899200	89
Социальная политика	14914249	17306497	116	15353438	15612730	102	15356378	17244531	112
Физическая культура и спорт	3518529	3764859	107	1566431	2518000	161	1732814	1898688	110

Источник: [3, 4, 5, 6, 7, 8].

Высокий процент исполнения социальных разделов областного бюджета связан с оказанием полной социальной поддержки населению и формированием развитой инфраструктуры Тюменской области. Обеспечены выплаты социальных пособий, денежных компенсаций, доплат, единовременной материальной помощи и другие меры социальной поддержки отдельных категорий граждан в 2013 году в общей сумме 3296,4 миллионов рублей, в 2014 году – 6370,1 миллионов рублей, в 2015 году – 6903,8 миллионов рублей. Кроме того, предоставлены субсидии и займы гражданам на строительство (приобретение) жилья в сумме 4324,0 миллионов рублей, 1132,6 миллионов рублей, 995,5 миллионов рублей в 2013–2015 годах соответственно. В сфере культуры профинансировано завершение подрядных работ Дворца культуры «Нефтяник» имени В.И. Муравленко и тепло- и электроснабжение, а также охрана Музейного комплекса в городе Тюмени. Также за исследуемый период средства были направлены на строительство центра зимних видов спорта «Жемчужина Сибири», спортивно-оздоровительного лагеря «Олимпиец», легкоатлетического манежа в городе Тюмени (уже сдан в эксплуатацию), реконструкцию Института физической культуры Тюменского государственного университета и других объектов.

Результаты расчета риска, возникающего на этапе бюджетного планирования, в программе Microsoft Excel представлены в таблице 2.

Таблица 2

**Оценка риска, возникающего на этапе бюджетного планирования, по результатам исполнения социальных расходов бюджета Тюменской области за 2013–2015 гг.**

Год	Стандартное отклонение	Коэффициент вариации	Качественная оценка значений коэффициента вариации
2013 год	9295984,97	0,72	Низкий риск
2014 год	8800234,07	0,76	Низкий риск
2015 год	8310174,87	0,73	Низкий риск

Источник: собственная разработка автора.

Таким образом, за рассмотренный период 2013–2015 годов выявлено, что исполнение бюджета Тюменской области по социальным расходам отклоняется незначительно от плановых показателей, также не установлено высокого уровня риска, возникающего на этапе бюджетного планирования. Коэффициенты вариации, рассчитанные по данным исполнения областного бюджета за последние 3 года по методике канд. экон. наук Желновой К.В., находятся в интервале от 0 до 5%, что свидетельствует о низком риске неисполнения бюджета Тюменской области, а значит, можно ожидать выполнения социальных обязательств перед гражданами в полном объеме. Социальная направленность бюджета сохраняется.

**Литература**

1. Бюджетные риски – выявление, предупреждение и защита: доклад Рабочей группы по оценке бюджетных рисков Общественного совета при Министерстве финансов Российской Федерации от 30 июня 2015 года. – Режим доступа: [http://minfin.ru/ru/document/?id\\_4=64964](http://minfin.ru/ru/document/?id_4=64964) (дата обращения: 17.03.2017).
2. Желнова, К.В. Инструментарий оценки бюджетных рисков Удмуртской Республики / К.В. Желнова // Современные технологии управления. – 2015. – № 5 (53). – С. 18–24.

3. Об исполнении областного бюджета за 2013 год: Закон Тюменской области от 02 июня 2014 года № 33. – Режим доступа: [https://www.admtyumen.ru/ogv\\_ru/finance/finance/bugjet/more.htm?id=11200022@cmsArticle](https://www.admtyumen.ru/ogv_ru/finance/finance/bugjet/more.htm?id=11200022@cmsArticle) (дата обращения: 21.03.2017).
4. Об исполнении областного бюджета за 2014 год: Закон Тюменской области от 11 июня 2015 года № 58. – Режим доступа: [https://www.admtyumen.ru/ogv\\_ru/finance/finance/bugjet/more.htm?id=11315660@cmsArticle](https://www.admtyumen.ru/ogv_ru/finance/finance/bugjet/more.htm?id=11315660@cmsArticle) (дата обращения: 21.03.2017).
5. Об исполнении областного бюджета за 2015 год: Закон Тюменской области от 07 июня 2016 года № 35. – Режим доступа: [https://www.admtyumen.ru/ogv\\_ru/finance/finance/bugjet/more.htm?id=11375000@cmsArticle](https://www.admtyumen.ru/ogv_ru/finance/finance/bugjet/more.htm?id=11375000@cmsArticle) (дата обращения: 21.03.2017).
6. Об областном бюджете на 2013 год и на плановый период 2014 и 2015 годов: Закон Тюменской области от 06 ноября 2012 № 84. – Режим доступа: [https://www.admtyumen.ru/ogv\\_ru/finance/finance/bugjet/more.htm?id=11024361@cmsArticle](https://www.admtyumen.ru/ogv_ru/finance/finance/bugjet/more.htm?id=11024361@cmsArticle) (дата обращения: 21.03.2017).
7. Об областном бюджете на 2014 год и на плановый период 2015 и 2016 годов: Закон Тюменской области от 01 ноября 2013 года № 87. – Режим доступа: [https://www.admtyumen.ru/ogv\\_ru/finance/finance/bugjet/more.htm?id=11134016@cmsArticle](https://www.admtyumen.ru/ogv_ru/finance/finance/bugjet/more.htm?id=11134016@cmsArticle) (дата обращения: 21.03.2017).
8. Об областном бюджете на 2015 год и на плановый период 2016 и 2017 годов: Закон Тюменской области от 02 декабря 2014 года № 115. – Режим доступа: [https://www.admtyumen.ru/ogv\\_ru/finance/finance/bugjet/more.htm?id=11217109@cmsArticle](https://www.admtyumen.ru/ogv_ru/finance/finance/bugjet/more.htm?id=11217109@cmsArticle) (дата обращения: 21.03.2017).
9. О порядке осуществления в Министерстве финансов Российской Федерации оперативного мониторинга качества финансового менеджмента: Приказ Министерства финансов Российской Федерации от 19 октября 2011 года № 383. – Режим доступа: [http://minfin.ru/ru/document/?id\\_4=16979](http://minfin.ru/ru/document/?id_4=16979) (дата обращения: 17.03.2017).

**УДК 336.663**

*А.А. Таховский, магистрант*

*Д.Я. Родин, д-р экон. наук, доцент*

*г. Краснодар, Кубанский государственный аграрный университет им. И.Т. Трубилина*

## **ПРОБЛЕМЫ ИНСТИТУЦИОНАЛЬНОГО РАЗВИТИЯ РЫНКА ФИНАНСОВЫХ УСЛУГ: ПОДХОД МАРКЕТИНГ-МЕНЕДЖМЕНТА**

Поступательное развитие национальной экономики сопровождается ростом объема финансовых операций и увеличением значимости национального банковского сектора. Банковская система, являясь одним из важнейших звеньев рыночной экономики, оказывает разностороннее воздействие на функционирование субъектно-объектного взаимодействия инфраструктурных институтов экономического развития национального хозяйства. Она не только обеспечивает механизм межотраслевого и межрегионального перераспределения финансового капитала, но и является ключевым элементом денежно-кредитного и расчетно-платежного механизмов хозяйственной системы страны. Следовательно, особенности и проблемы функционирования банковской системы и механизма обращения банковских услуг в полной мере отражают уровень и характер развития производительных сил общества.

Устойчивое развитие рыночного хозяйства во многом определяется стабильностью и надежностью состояния банковской системы, которое проявляется посредством расширения ассортиментного предложения и повышения качества финансовых и кредитных продуктов и услуг, представляющих собой основной канал реализации функций банковских институтов. В то же время, повышение качества инновационной активности банковских структур, предусматривающее расширение кредитного потока и ассортимента банковских услуг и совершенствование способов их продвижения, способствует обеспечению стабилизации и надежности национальных рынков капитала. Качество банковских продуктов и услуг на рынке финансовых услуг является значимым фактором в оценке потребительских предпочтений, который определяет эффективность функционирования институтов финансового посредничества в банковской системе. Это обусловлено тем, что предоставление институтами банковского профиля разнообразного ассортиментного ряда продуктов и услуг является функциональной основой деятельности кредитных институтов. В свою очередь, банковская система теряет свою устойчивость, если она не способна в полном объеме выполнять свои функции и, как следствие, эффективно предоставлять клиентам банковские продукты на рынке финансовых услуг.

Развитие рынка финансовых услуг способствует трансформации степени значимости финансово-кредитных институтов в управлении экономическими процессами и повышению роли кредита в системе экономических отношений. На финансовые отношения между экономическими субъектами оказывает достаточное влияние стирание границ между банковскими, парабанковскими и небанков-

скими учреждениями. Возникновение новых типов организационных структур в виде институтов финансового посредничества предопределяет как общность задач, решаемых в данных институтах, так и общность методов, применяемых для их решения. На стыке тысячелетий получила широкое распространение теория финансового посредничества, основанная на поведенческих моделях и характерных признаках финансовой фирмы. При рассмотрении банковского института в роли финансового посредника можно выделить следующие аспекты. Так, по мнению Сильвио де Куссерга, банк как финансовая фирма, представляет собой субъект, целью которого является максимизация прибыли в процессе предоставления посреднических услуг между кредиторами и заемщиками. Эти услуги прямо или косвенно связаны с финансовыми активами и пассивами такими, как кредитные и депозитные услуги. Финансовый институт эмитирует свои собственные обязательства, в виде различного рода депозитных и сберегательных сертификатов. Введение в научный оборот понятия финансовая фирма целесообразно с методологической точки зрения развития посреднических отношений на рынке банковских услуг. Выделение из множества задач, стоящих перед экономическим субъектом той их группы, которая относится к области деятельности финансовой фирмы, обусловлено логической взаимосвязью и целостности методов, применяемых для их решения [4, с. 38].

Основными институциональными единицами рынка финансовых услуг являются центральные и коммерческие банки, валютные биржи, страховые компании, финансовые брокеры, корпоративные структуры и управляющие компании. В таблице 1 показана взаимосвязь финансовых институтов и ассортимента продуктов и услуг в системе рынка финансовых услуг.

Таблица 1

**Институты рынка финансовых услуг и их ассортиментное продуктовое предложение**

Участники рынка	Роль участника на рынке	Ассортиментное предложение продуктов и услуг
Банковские институты	Институт финансового посредничества: аккумуляция денежных потоков и их перераспределение между секторами рынка, институциональный инвестор	Ведение депозитных и расчётных счетов, эмиссия базовых и производных фондовых активов, создание кредитных денег, обращение драгоценных металлов, финансовых инструментов
Корпоративные и предпринимательские структуры	Производство товаров и услуг покупка и продажа валюты и других финансовых активов; потребитель услуг в области страхования валютных рисков, получение и использование кредитных ресурсов, субъект и объект инвестиционной деятельности	Товары и услуги, фондовые ценности, инвестиционные активы
Центральный банк РФ	Мегарегулятор финансового рынка, кредитор первой и последней инстанции	Эмиссия банковских билетов и ценных бумаг, кредитование банковских институтов, международных организаций и государства
Брокеры	Управление финансовыми активами, инвестор	Финансовое инвестирование
Валютные биржи	Организатор торгов, установление курсов валют и финансовых активов	Обращение валюты и финансовых активов
Страховые компании	Формирование защитных и компенсационных условий и механизмов для участников рынка	Страховые сертификаты, страховые продукты и услуги
Управляющие компании	Управление активами, коллективный инвестор, доверительные сделки	ПИФы, пенсионные счета, трасты

Анализируя ассортиментное предложение институтов финансового рынка, можно сделать вывод, что брокеры и управляющие компании занимаются привлечением и размещением средств конечных потребителей финансовых услуг. В основе их функционирования лежит стремление к получению прибыли путем финансирования, инвестирования и арбитража на финансовом рынке за счет и по поручению клиента. Корпоративные структуры, осуществляющие внешнеэкономическую деятельность, являются потребителями финансовых услуг на внутреннем или внешнем рынках. Основной целью предприятий является получение прибыли от продажи товаров или услуг. Несмотря на то, что предприятия могут быть участниками рынка ценных бумаг, в качестве инвестора или при размещении на нем собственных ценных бумаг, предприятия в основном функционируют на рынке товаров и услуг. Страховые компании и валютные биржи в свою очередь формируют страховой и валютный сегменты рынка, на которых являются главными игроками.

Эффективные финансовые рынки функционируют и регулируют обеспечение адекватного объёма свободного капитала и поддержания экономического роста субъектов общества. Имея финансовые ресурсы, институты рынка, инвестируют в промышленный и торговый капитал больше активов, чем накоплено наличных денежных средств. Таким образом, проведенный нами анализ не выявил сложившегося единого методологического подхода к экономической сущности банковского института и его роли в современном обществе.

В связи с этим, следует акцентировать внимание, что роль банковского сектора экономики в процессе накопления, обращения и распределения ссудного капитала имеет особое институциональное значение, которое объясняется непродуцированной природой банков. С точки зрения мегарегулятора сущность банковского института заключается в экономической природе банка как ассимилятора агентских отношений по преодолению асимметрии информации между субъектами финансового рынка и его высокой общественной значимости. Базируясь на вышеизложенных аспектах теории финансов, теории денежного обращения и кредита, теории институционального развития экономики, теории маркетинга можно определить роль банка в современном обществе. Коммерческий банк представляет собой кредитно-финансовый институт, осуществляющий особый институциональный вид предпринимательской деятельности, связанный с формированием, движением и размещением ссудного капитала, который выполняет социальную миссию от имени общества по контролю за рациональной трансформацией сбережений в инвестиционные ресурсы [3, с. 73].

Деятельность банка как финансово-кредитного института на рынке ссудных капиталов динамична и многообразна. Маркетинговый подход к формированию позиционирования банка как институциональной единицы на рынке банковских услуг способствует развитию финансового посредничества и повышению ответственности в принятии управленческих решений. Институт финансового посредничества можно рассматривать в качестве составной части системы социально-экономических отношений, который:

- владеет правом собственности на активы и принимает на себя обязательства;
- осуществляет финансово-инвестиционную деятельность и совершает сделки с другими субъектами финансового рынка от своего имени и за свой счёт;
- самостоятельно ведёт бухгалтерский учёт, составляет баланс, разрабатывает стратегические ориентиры и тактические действия.

Все вышеописанные характерные особенности институтов финансового посредничества можно отнести к операционной деятельности банков. Вместе с тем, поле деятельности банковских институтов ограничено границами рынка финансовых продуктов и услуг, на котором совершаются банковские операции и сделки.

Срочные свободные капиталы концентрируют временно свободные ресурсы, приобретаемые инвесторами у владельцев вкладов. При этом, роль банка как кредитно-финансового института заключается в формировании разрозненных ресурсов в судебный капитал, его движении и эффективном размещении. Согласно теории банковского дела, банки в основном работают привлеченными заемными средствами. В процессе своей институциональной деятельности, выполняя предназначенную миссию, банк трансформирует разрозненные вклады в ссудный капитал и размещает его, как собственник, от своего имени и за свой счёт на условиях срочности, возвратности и платности [2, с. 59].

Выполняя маркетинговую функцию по организации и коммуникативного движения финансовых ресурсов, банки играют первостепенную роль в приращении накоплений и превращении частных действий всех субъектов рынка в определённую систему экономических отношений. Функции банков являются системообразующими и представляют собой единый институциональный механизм осуществления прямых связей во всей цепи экономических отношений.

В этой системообразующей функции банка и состоит его сущность. Банк по своей сути является институциональным инвестором, призванным гармонизировать экономические инвесторы общества. На банк от имени общества возложена социально-экономическая ответственность по организации, обслуживанию реального сектора экономики, сохранности собственности юридических и физических лиц. Достичь этого банк может лишь, создавая собственную эффективную систему управления, реагирующую на общеэкономические изменения и способную максимально использовать внутренние резервы.

В основе своей деятельности центральный банк и коммерческие банки играют важную роль в финансово-экономическом пространстве, осуществляя регулирование денежной массы и перелива капитала, и формируют рынок банковских услуг. Рынок финансовых услуг можно рассматривать как совокупность отношений, возникающих по поводу удовлетворения потребностей клиентов банков в

соответствующих видах услуг на определенной территории. Данные экономические отношения возникают в сфере непрерывного обмена общественными благами между держателем и потребителем блага, которые является стимулирующим инструментом повышения устойчивости банковской системы путем перераспределения денежных ресурсов между субъектами рынка. В открытой экономической системе держателем денежных средств может выступать как инвестор, так и банк. Во взаимоотношении инвестор – банк потребителем блага будет банк, а во взаимоотношении банк – заемщик потребителем является заемщик.

Эволюционные процессы, происходящие в развитии банковской системы сложны и многогранны, и напрямую связаны с состоянием рынка банковских услуг. Стратегическое значение рынка банковских услуг в контексте развития национальной и региональной экономики обеспечивает рост производства корпоративного сектора и увеличение благосостояния домохозяйств. Являясь важнейшим рыночным регулирующим и стимулирующим элементом, несущей конструкцией национальной экономики, рынок банковских услуг постоянно трансформируется в своих организационно-финансовых и инфокоммуникационных аспектах. Развитие рынка банковских услуг и усиление конкурентных процессов на нем вызывают необходимость создания систем коммуникации, внедрения маркетинговых стратегий конкурентного поведения банковских институтов на различных рыночных сегментах. При этом важная роль в этом процессе отводится исследованию рынка банковских услуг и основных тенденций его развития. В развитии банковской системы сегментообразующим рынкам банковских услуг отводится существенная роль. Процесс интеграции банковской сферы в смежные сегменты национальной экономики осуществляется посредством развития ассортиментного предложения услуг и продуктов, оптимизации организационно-управленческой структуры банковского менеджмента, формирования и реализации конкурентных преимуществ банковского института на смежных сегментах рынка банковских услуг.

В институциональном и организационно-функциональном аспектах рынок банковских услуг является важным сегментом финансового рынка и служит его неотъемлемой частью. Однако полностью относить рынок банковских продуктов к финансовому рынку не совсем верно. Рынок банковских услуг намного сложнее по структуре и включает в себя часть области рынка финансовых услуг, часть инфокоммуникационного рынка и консультационных услуг (рисунок 1). Рынок банковских услуг целесообразно рассматривать как совокупность отдельных его сегментов, что позволяет говорить об его отраслевой направленности (кредитной, депозитной, фондовой, доверительного управления, финансового консультирования, инфокоммуникационной).



Рис. 1. Сегментная структура рынка банковских услуг



Трансформация банковских рынков продавцов в рынки покупателей и ориентация на потребности клиентов и общества в целом привели к необходимости изменения идеологии организации и функционирования банковского менеджмента. Синергетический эффект банковского маркетинга (Маркетинг 2.0 и Маркетинг 3.0) за счет взаимодействия функций и концепций управления проявляется на уровне философии и стратегической миссии развития банковского института. Первостепенными условиями по оптимизации структурирования деятельности банковских институтов является формирование маркетинговых подразделений, проведения маркетинговых исследований потребителей и конкурентов на рынке банковских услуг, диверсификации банковского портфеля активов, расширение ассортиментного предложения финансовых продуктов и услуг [1, с. 42–43].

Банковские институты обладают широким ассортиментным набором продуктов и услуг, диверсифицируют свою деятельность в смежных сегментах рынка, на которых осуществляется коммуникация с конечным потребителем. При этом, следует подчеркнуть роль рынка в формировании совокупного спроса и предложения на основные и производные банковские продукты и услуги [5, с. 59–62]. В своих исследованиях авторы определяют инфраструктуру рынка финансовых услуг через совокупность организационно-правовых форм, обслуживающих формирование спроса и предложения, акты купли-продажи ассортимента финансовых услуг институтами рынка.

При реализации стратегического позиционирования банка целесообразно определить пространственные границы каждого рынка и его сегментов. В отношении клиентов банковских институтов границы рынка финансовых услуг определяются экономической возможностью приобрести банковские продукты и услуги на соответствующих территориях и отсутствием этой возможности за их пределами. В то же время с развитием тенденций глобализации и интернационализации мировых рынков капитала происходит стирание границ национальных и региональных финансовых рынков единого инфокоммуникационного пространства. Активизация деятельности банковских институтов на приоритетных направлениях развития сферы финансовых услуг потребительского сектора должна взаимодействовать с усилением функционирования банков как модераторов экономического роста реального сектора региональной экономики. Устойчивое развитие банковской системы является стимулирующей составляющей региональной экономической политики с использованием преимущественно экономических методов стимулирования кредитно-инвестиционной активности банков. Регулятивное воздействие на устойчивое развитие институтов рынка финансовых услуг должно стимулировать процессы накопления сбережений, снижение финансовых и инвестиционных рисков кредитования реального сектора посредством реализации комплекса мероприятий денежно-кредитной политики, развития института залога и социальной ипотеки.

#### Литература

1. Котлер, Ф. Маркетинг 3.0. От продуктов к потребителям и далее – к человеческой душе / Ф. Котлер, А. Сетиван; пер. с англ. А.Ю. Заякина. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2012. – 230 с.
2. Развитие системы маркетинга в банковском секторе: учебное пособие / под ред. Г.Н. Накиповой и Д.Я. Родина. – Краснодар: КубГАУ, 2013. – 350 с.
3. Родин, Д.Я. Формирование стратегий устойчивого развития коммерческих банков: проблемы теории и методологии: монография / Д.Я. Родин. – Краснодар: КубГАУ, 2010. – 300 с.
4. Сильви де Кусерг. Новые подходы к теории финансового посредничества и банковская стратегия / Сильви де Кусерг // Вестн. финансовой акад. – 2001. – № 1 (17). – С. 33–43.
5. Синки, Дж. мл. Финансовый менеджмент в коммерческом банке и в индустрии финансовых услуг / Дж. Синки мл. – М.: Альпина, 2007. – 1050 с.

УДК 339.37

**Д.С. Терентьев, магистрант**

*Научный руководитель: С.И. Копылов, канд. социол. наук, доцент  
г. Волгоград, Волгоградский филиал Российского экономического университета им. Г.В. Плеханова*

## ФОРМИРОВАНИЕ СИСТЕМЫ КАЧЕСТВА ТОРГОВОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ ТОРГОВЛИ

Обслуживание клиентов в условиях сервисной экономики выступает обязательным условием продажи товаров и услуг. Процессам развития сферы обслуживания сопутствуют с одной стороны, усиление индивидуализации потребительских запросов, изменение ценностных установок, с другой стороны – углубление процессов коммерциализации. От качества обслуживания в процессе продажи

или во время последующих периодов зависит лояльность клиентов к компании. Использование комплексного подхода к качеству обслуживания позволяет предприятию создать конкурентное преимущество, гарантирующее повторное обращение непосредственно к этому предприятию.

В 19 в. Гегель сформулировал тезис нет качества – нет услуги: «Качество есть вообще тождественная с бытием, непосредственная определенность, в отличие от рассматриваемого после него количества, которое есть также определенность бытия, но уже не непосредственно тождественная с последним, а безразличная к бытию, внешняя ему определенность. Нечто есть благодаря своему качеству то, что оно есть, и, теряя качество, оно перестает быть тем, что оно есть» [4, с. 47].

В условиях резкого обострения конкурентной борьбы и глобального соперничества развитые страны мира воспринимают высокое качество обслуживания как стратегический фактор и приоритетное направление развития. Повышение качества есть процесс, ориентированный на наиболее полное удовлетворение потребностей в данной продукции или услугах, который может осуществляться по двум направлениям: улучшение качественных параметров или разработки качественно новых приемов работы.

Причем, именно обслуживание для клиентов компании является наиболее раздражающим фактором. Лояльность клиента зависит не столько от выполнения обещаний организации, сколько от действий в тех случаях, когда сдержать слово не представляется возможным. И именно персонал, обслуживающий клиента, компенсирует и недостатки продаж, и недостатки продукта. В случае отсутствия проработанной системы качества обслуживания, может полностью разрушить отношения с клиентом.

Компанией IBM в к.1970 – н.1980 гг. довела до работников следующие требования:

1. Потребители – это важнейшие фигуры в нашем деле.
  2. Не они зависят от нас, а мы зависим от них.
  3. Они не мешают нашей работе. Они являются целью нашей работы.
  4. Они делают нам одолжение, покупая наши товары.
  5. Мы не делаем им одолжения, предлагая свои услуги и товары.
  6. Потребители – это не посторонние люди.
  7. Потребители – это не голая статистика. Это люди из плоти и крови, с чувствами и эмоциями, как и мы сами.
  8. Это люди, которые приходят к нам со своими нуждами и заботами. И наша обязанность – удовлетворить эти нужды.
  9. Потребители заслуживают самого вежливого и внимательного отношения с нашей стороны.
  10. Потребители – это источник жизненной силы любой предпринимательской деятельности.
- Без них нам пришлось бы закрыть наши предприятия [2, с. 165].

Данные тезисы до сих пор не потеряли своей актуальности и активно используются как постулаты деятельности различными специалистами.

С 1990-х годов в решении задач по работе с клиентов стала внедряться система TQM (Total Quality Management) – всеобщее управление качеством (рис. 1)

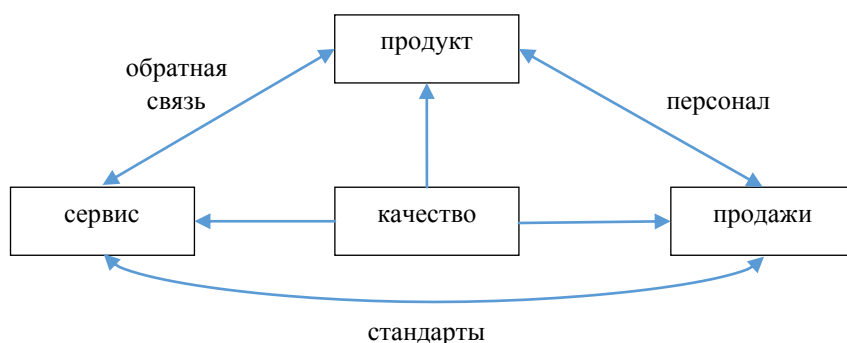


Рис. 1. Место качества обслуживания в деятельности организации

Всеобщее управление качеством – это постоянное совершенствование бизнес-процессов, 100%-ное качество выполнения каждого задания, вовлечение в борьбу за качество работников всех уровней и подразделений, коллективная организация труда, стремление к эталонным показателям, соответствие ожиданиям клиента. Качество включает в себя непосредственно: продукт, продажи, сервис [1, с. 51]. Между собой все эти дефиниции связаны персоналом стандартами и обратной связью, без какого-либо элемента, эффективность работы по повышению качества обслуживания на предприятии

может быть снижена. Всеобщее управление качеством в организации основывается на человеческом факторе, в доказательство чего служит треугольник, созданный американским статистиком Б. Джойнером (рис. 2).



**Рис. 2. Треугольник Б. Джойнера**

Одержимость качеством формирует единую систему культуры, ориентированной на качественное выполнение любых работ, постоянное совершенствование деятельности. Качество на предприятии достигается путем совместного действия двух сил: общекорпоративной работы и научного подхода. Последний основан на принятии решений и формировании политики предприятия на основе надежной информации, включающий в себя как количественные измерители, так и качественные. Анализ информации о качестве возможно проводить с помощью статистических методов, включая статистическое управление процессом, но и установление ограничений, при исследовании тех или иных процессов, которые не могут быть численно обработаны [5, с. 381].

Общекорпоративная работа предполагает усвоение и введение в практику лидерства – как метода работы, целью которого является помощь коллектива в организации работы наилучшим образом, предполагает вовлечение сотрудника в процесс улучшения деятельности, в процесс управления качеством.

Система работы по качеству обслуживания клиентов в организации должна основываться на следующих принципах:

1. Обратная связь – соблюдение непрерывности и незамедлительности получения обращений, претензий и формирование ответов.
2. Стандарты обслуживания – разработка и внедрение в деятельность организации, постоянный мониторинг действующей ситуации.
3. Постоянная работа с персоналом – соблюдение необходимых норм и требований, координация мотивационной программы.

Структурными компонентами качества торгового обслуживания являются:

1. ассортимент – качество предоставленных товаров;
2. методы продажи – индивидуальное обслуживание менеджером по продажам;
3. персонал – квалификация, культура обслуживания, затраты времени на обслуживание покупателей;
4. сервис – послепродажные услуги, работы с жалобами и предложениями [3, с. 412].

Управление процессом обслуживания должно осуществляться системно, т.е. на предприятии должна быть четко проработанная структура, регламентированные процедуры, процессы и ресурсы. Она необходима для улучшения деятельности, для повышения конкурентоспособности организации на национальном и мировых рынках, создает заинтересованность рабочих в качестве, изменяет психологический климат на предприятии.

#### **Литература**

1. Беленинова М. Управление качеством обслуживания покупателей // Управление магазинов. 2011. № 1. С. 50–53.
2. Гордейко С.Г. Контроль качества обслуживания как часть управления клиентским портфелем // Клиентинг и управление клиентским портфелем. 2013. № 3. С. 162–171.
3. Кадацкая Д.В. Оценка качества торгового обслуживания потребителей // Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права. 2012. № 1. С.410–416.
4. Нерсесянц В.С. Гегель: Монография / В.С. Нерсесянц. – 2-е изд. – М.: Норма: НИЦ Инфра-М, 2012. – 112 с.
5. Томпсон А.А., Стрикленд А.Дж. Стратегический менеджмент: концепции и ситуации для анализа / пер. с англ. – 12-е изд. – М.: Издательский дом: «Вильямс», 2009. – 928 с.

## ПРОБЛЕМА ИМПОРТОЗАМЕЩЕНИЯ В РОССИИ

С 2014 года с целью противодействия санкционному давлению западных стран в российской экономике начала реализовываться программа импортозамещения. Она предусматривает производство импортной продукции силами отечественных предприятий, в отраслях, где такое производство целесообразно и экономически выгодно. За эти годы были успешно реализованы многие проекты, в чем можно убедиться на постоянно пополняемом сайте Импортозамещение.ру. Целью данного проекта является создание наилучших условий для информационной поддержки процесса импортозамещения в России, чтобы его итог стал полезен для наибольшего числа россиян от наемных служащих до участников бизнес кругов [5].

Снижение зарубежного спроса на поставляемое Россией сырье и закономерная девальвация рубля стали стимулом развития импортозамещения в экономике. Благодаря западным санкциям отечественные компании оказались без доступа к финансовым рынкам, сократился импорт машиностроительной продукции, готовых машин, что сказывается на росте промышленного производства. На санкции Россия ответила антисанкциями, запретив импорт ключевых продовольственных товаров США, ЕС, Канады, Норвегии и др. стран. Наиболее импортозависимыми отраслями на данный момент являются станкостроение, тяжелая промышленность, легкая и электронная промышленность, фармацевтика и медицина, машиностроение для пищевой отрасли.

Российское эмбарго в ответ на западные санкции послужило как стимулом для развития отечественного аграрного сектора, так и защитной мерой. Вследствие данной ситуации в нашей стране появилось не только стремление переориентации на новые рынки, обеспечения продовольственной безопасности и поддержки национальных компаний, но и конкретные значимые действия.

Проблема замены в России импортных товаров отечественными не является новой. Она связана в первую очередь с задачей диверсификации экономики. Однако серьезно к вопросу импортозамещения государство подошло только после введения санкций. В апреле 2015 года в ходе «прямой линии» Президент РФ Владимир Путин призвал использовать складывающуюся в связи с санкциями ситуацию для выхода на новые рубежи развития [2].

Отечественные ученые и практики О.С. Дубская, Е.С. Дубская, Г.А. Анозов, О.М. Самофалова, Л.А. Стрижкова, В.К. Фальцман в своих работах исследуют динамику роста и уровня импорта готовой отечественной продукции. По их оценкам, импорт комплектующих, материалов и технологий в нефтегазодобывающей, нефтехимической и фармацевтической промышленности на протяжении последних десяти лет составляет более 50% от общего объема продаж, а доля импорта в объеме использованной в экономике продукции в 2014 году по группе обрабатывающих производств составила 26%. Данная тенденция продолжает сохраняться [2, с. 3].

Инструментов импортозамещения в России было мало до введения Федерального закона «О промышленной политике в Российской Федерации» [4]. Они соответствовали экономической ситуации прошлых лет, но были недостаточно эффективны. После введения данного закона инструментов импортозамещения стало достаточно для реализации данной политики.

Закон «О промышленной политике в Российской Федерации» предусматривает следующие меры стимулирования импортозамещения:

- Субсидии, предоставляемые на конкурсной основе;
- Налоговые льготы;
- Специальные государственные фонды развития промышленности (предоставляют займы, гранты, взносы в уставный капитал, финансовую аренду и др.);
- Специальный инвестиционный контракт [4].

Министерство промышленной торговли РФ особо отмечает такой инструмент импортозамещения, как стандартизация государственных закупок. Предполагается уточнение правил описания объекта закупки для того, чтобы преимущественно закупалась продукция, которая соответствует национальным стандартам.

Данные инструменты помогут покрыть часть издержек отечественных производителей, позволят реализовать инновационные проекты, снизят налоговую нагрузку, что будет способствовать увеличению конкурентоспособности российских производителей как в России, так и за рубежом.

Развитию импортозамещения способствует также Программа Правительства по импортозамещению до 2020 года, которая нацелена на создание в России конкурентоспособной, сбалансированной промышленности, разработку и применение передовых промышленных технологий, а также создание индустрий, направленных на освоение новых рынков инновационной продукции.

Наша страна обладает всеми возможностями для роста реального сектора экономики, ведь на лицо явные конкурентные преимущества: широкий спектр полезных ископаемых, обширный внутренний рынок, уникальные передовые разработки. Следствием импортозамещения не должно быть изолирование отечественной экономики от глобальной – мы не должны становиться производителями всех в мире товаров и услуг. Важно создать российские конкурентоспособные компании, способные качественно и всесторонне удовлетворять потребности, как жителей России, так и зарубежных стран. Также следует сформировать инвестиционные площадки, привлекательные для зарубежных инвесторов.

Для эффективности политики импортозамещения следует прогнозировать конкурентоспособную цену на отечественную продукцию. В определенной степени поспособствовала девальвация рубля: цены на зарубежные товары значительно выросли. Однако важно активизировать иные механизмы снижения стоимости продукции, к примеру, уменьшить непроизводственные, административные издержки (избыточные требования к бизнесу при получении государственных услуг, обязательные платежи и т.д.) и повысить конкуренцию на внутреннем рынке. Со стороны производителя, до начала производства, должен проводиться анализ рынка (причем не только отечественного, но и глобального), для того, чтобы продукция нашла своего покупателя и заняла определенную нишу без использования административных рычагов.

Одна из наиболее перспективных отраслей российской экономики – это индустрия разработки программного обеспечения. Отечественные программные продукты пользуются популярностью как в России, так и за рубежом. Этому поспособствовало государство, введя в данной отрасли льготы на выплату страховых взносов, поскольку больше половины затрат таких компаний составляет оплата труда.

Однако существующие меры не позволяют реализовать комплексную политику импортозамещения в сфере разработки программного обеспечения. Зарубежные конкуренты обосновались на российском рынке. Наши компании не имеют таких рекламных бюджетов, какие выделяют на продвижение ПО иностранные производители. Конкуренция по цене нам также не выгодна, поскольку при снижении цены мы будем продавать себе в убыток. В связи с этим компаниям необходима господдержка в форме ограничения закупок иностранного программного обеспечения.

Данный аспект поддерживается государством. Предлагается максимально ограничивать закупки иностранного ПО, за исключением отсутствия аналогов зарубежных программ в России или же несоответствия требованиям пользователя. В последнем случае необходимо обосновать, почему иностранная программа превалирует над аналогичной отечественной, чтобы российские разработчики смогли скорректировать упущения.

Политика импортозамещения активно поддерживается не только государством, но и всеми предприятиями страны. В рамках данной политики компания «Курганхиммаш» впервые в России выпустила партию офшорных танк-контейнеров для компании ПАО «Газпромнефть». Этот продукт предназначен для перевозки соляной кислоты водным, железнодорожным и автомобильным транспортным путем. Танк-контейнер позволяет поставлять продукт заказчику без промежуточного перелива из-за смены вида транспорта, что повышает безопасность перевозки и сохранность перевозимого груза. Данная компания первая из российских предприятий освоила выпуск этой продукции. Ранее офшорные танк-контейнеры в России не производили [6].

В сентябре прошлого года в Ростовской области начали строить крупноформатный тепличный комплекс ООО «Донская усадьба». Данный комплекс будет крупнейшим на Дону автономным круглогодичным тепличным комплексом по выращиванию овощной продукции. Планируемый объем производства около двенадцати тысяч тонн овощей в год. Строительство завершится в июне этого года. Появление тепличного комплекса будет способствовать успешной реализации задачи ускоренного замещения импортных продуктов питания и повышению самообеспеченности региона качественными товарами российского производства [6].

В Пермском крае создан промышленный кластер фармацевтики, в котором размещается производство более 30 наименований лекарств и фармацевтических субстанций, которые входят в число жизненно-важных и на данный момент закупается преимущественно за границей. В фармацевтической отрасли импортозамещение функционирует уже не первый год, поскольку аналоги зарубежных лекарств производятся на наших предприятиях постоянно под другими названиями. Однако этот факт

касается в основном недорогого сегмента, а после создания промышленного кластера ситуация должна измениться [6].

Многие считают, что внешнеполитические меры в виде санкций позволят пробиться на рынок и обрести своего потребителя отечественным производителям-агряриям. Тем не менее, Счетная Палата Российской Федерации опасается возможного ускорения инфляции, если России не удастся справиться с полным замещением импорта продовольствия и сырья, которые попали под эмбарго. Это опасение связано с тем, что скорость восполнения образовавшегося дефицита ограничена возможностями имеющихся производственных мощностей.

Таким образом, процесс замещения импорта в России протекает успешно, имеет хорошие перспективы и весомые результаты. Из этого следует, что российские производители могут производить множество конкурентоспособных товаров, стимулируя процесс импортозамещения. Россия способна выйти на новый уровень, экспортируя не только минеральные продукты.

#### Литература

1. Бочкова Т.А., Серченко О.Б. Импортозамещение как основа государственной политики // Современные технологии в мировом научном пространстве: сборник статей Международной научно-практической конференции (25 января 2016, г. Томск). В 3 ч. Ч. 2. – Уфа: АЭТЕРНА, 2016. – 182 с.
2. Волкодавова Е.В., Жабин А.П., Негонова Н.А. Развитие инструментов импортозамещения в современных условиях ведения бизнеса в промышленности Российской Федерации [Электронный ресурс] / Е.В. Волкодавова и др. // Наукоедение: интернет-журнал. – 2016. – № 2, Том 8. – Режим доступа: <http://naukovedenie.ru/PDF/90EVN216.pdf> (дата обращения: 27.03.2017).
3. Дубская О.С., Дубская Е.С., Анозов Г.Р. Особенности и проблемы импортозамещения в России // Экономика и социум. № 6 (19). 2015. – 5 с.
4. Федеральный закон «О промышленной политике в Российской Федерации» от 31.12.2014 N 488-ФЗ (последняя редакция) // КонсультантПлюс. Режим доступа: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_173119/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_173119/) (дата обращения 27.03.2017).
5. <http://zimport.ru/cel-proekta/> (дата обращения: 27.03.2017).
6. <http://importozamechenie.ru> (дата обращения: 27.03.2017).

УДК 338

**В.В. Толстикова, студент**

*Научный руководитель: И.В. Кузнецова, канд. экон. наук, доцент  
г. Саратов, Институт развития бизнеса и стратегий Саратовского государственного  
технического университета им. Гагарина Ю.А.*

## ЭКОНОМИЧЕСКАЯ СУЩНОСТЬ И РОЛЬ ОРГАНИЗАЦИОННЫХ РЕЗЕРВОВ НА ПРОИЗВОДСТВЕННОМ ПРЕДПРИЯТИИ

Организационные резервы – потенциальные, не использованные возможности усовершенствования производства за счет развития организации производства, труда и управления.

Единицы измерения организационных резервов:

- 1) единица рабочего времени (нормо-час, человеко-час);
- 2) единица календарного времени (минута, час, сутки);
- 3) натуральные единицы (в денежном выражении).

Для оценки, выявления и эффективного использования скрытых внутрипроизводственных резервов необходимо систематически проводить анализ, находить и решать причины появления проблем на различных рабочих местах организации.

Организационные мероприятия, использование рабочей силы, машин, оборудования, и других ресурсов, которые содержат организационные резервы – это реальные возможности повышения эффективности производства.

Главной целью организации производства является создание условий для лучшего использования всех видов ресурсов. С учетом этой целевой установки, ниже указана классификация организационных резервов.

Организационные резервы.

Резервы улучшения использования трудовых ресурсов.

Для улучшения использования трудовых ресурсов необходимо:

- квалифицированные рабочие со стажем;

- механизация и автоматизация ручного труда;
- укрепление трудовой дисциплины;
- рациональная организация труда,
- выполнение работ с меньшей численностью персонала путем совмещения профессий и др.

Работники должны быть заинтересованы в конечных результатах производства. Для этого нужно использовать эффективную систему стимулирования труда, повышать размер вознаграждения за результаты труда. Это поможет увеличить производительность труда, сократить производственные запасы, повысить оборачиваемость оборотных средств.

Резервы улучшения использования орудий труда – это способности более полной загрузки производственных мощностей, снижение времени пребывания оборудования в ремонте, максимальное применение оборудования, высвобождение производственных площадей.

Важна автоматизация вспомогательных процессов, использование специальных приспособлений, увеличение загрузки оборудования, устранение простоев и залеживания деталей. Необходимо сокращать время на переналадку оборудования, на длительности технологического цикла и транспортировку товара.

Резервы уменьшения времени производства – это неиспользованные способности уменьшения времени подготовки производства и продолжительности производственного цикла выпускаемых изделий.

Для сокращения времени производства необходимо:

- улучшение организации производства;
- рациональное планирование рабочих мест;
- четкое соответствие последовательности технологических операций;
- внедрение сменно-суточного планирования и организации работ по часовому графику.

Резервы повышения качества продукции – это резервы, которые способствуют дальнейшему улучшению технико-экономических характеристик выпускаемых изделий, сокращению брака и увеличению удельного веса высококачественной продукции.

Для повышения качества продукции необходимо применять научно-технические разработки, приобретать новое оборудование и вести контроль процесса изготовления продукции на всех стадиях жизненного цикла производства (разработка, изготовление, реализация, эксплуатация).

Существует множество производственно-технических условий деятельности компании и путей использования организационных резервов. Они позволяют использовать практически все виды резервов, такие как:

- разработка и внедрение новых систем оперативного планирования;
- усовершенствование производственной структуры;
- внедрение коллективного подряда.

Чтобы улучшить использование орудий труда, необходимо сокращать время пребывания оборудования в ремонте, сокращать брак благодаря организации работы групп качества, устранять появление брака из-за «человеческого фактора».

Для достижения высоких результатов предприятию необходимо повышать производительность. Суть управления производительностью заключается в достижении максимального уровня ее повышения при существующих организационных и технико-экономических условиях. Запасы увеличения производительности труда – это увеличение выработки в единицу времени или конкретные возможности снижения затрат времени на производство единицы продукции (работ).

Важными организационными запасами производства являются:

- 1) сокращение целодневных и внутрисменных потерь рабочего времени;
- 2) материально-сырьевое обслуживание рабочих мест;
- 3) централизованная организация ремонта рабочих мест.

Качество работ и готовой продукции имеет большое значение в условиях рыночной конкуренции и оказывает серьезное влияние на сбыт продукции и конкурентоспособность предприятия.

Рентабельность является обобщающим показателем, который отражает прибыль фирмы на 1 рубль средств и показывает окупаемости средств. На эффективность деятельности предприятия влияют различные факторы:

- 1) позитивные (благоприятно влияют на работу предприятия);
- 2) негативные.

Факторы, которые влияют на эффективную деятельность предприятия.

1. Факторы ресурсного обеспечения производства (производственные факторы). Сюда входят следующие факторы: оборудование, земля, сырье, материалы и т.д.

2. Факторы, которые обеспечивают экономический и технический уровень развития предприятия: организация труда и производства, повышение квалификации, инновации.

3. Факторы, влияющие на коммерческую эффективность производственно-хозяйственной деятельности предприятия.

Для совершенствования подготовки производства к выпуску новой продукции предприятия стремятся создать и внедрить в производство новые технологии, повысить эффективность подготовки производства, освоить новые виды продукции, сократить сроки и затраты на создание новой техники и повысить качество и эффективность создаваемой техники.

На предприятии в процессе производственной деятельности возникают такие операционные потери как:

- излишние запасы;
- брак, дефекты в производстве;
- отходы;
- перепроизводство;
- лишние движения (перемещения);
- простои оборудования, площадей (ожидание поставок);
- ручная транспортировка;
- лишние процессы (дополнительная обработка).

Для более быстрого достижения эффективности производства помогут резервы ускорения подготовки производства, которые обеспечивают сокращение:

- 1) периода разработки продукта;
- 2) времени внедрения и освоения в производство новой продукции, за счет качественного управления процессами создания товара;
- 3) времени работ, за счет технических резервов (механизация и автоматизация работ);
- 4) перерывов между частями процесса.

Все предприятия заинтересованы в повышении качества выпускаемой продукции или услуги, потому что это всегда ведет к завоеванию рынка сбыта, расширению производства и увеличению прибыли в целом. То есть, повышение качества продукции за счет организационных ресурсов является одним из положительных и экономически эффективным фактором развития предприятия. Качество продукции дает возможность для усовершенствования технико-экономических параметров товара, увеличения удельного веса высококачественного товара в общем объеме производства, сокращения брака.

#### Литература

1. Жулина Е.Г. Конкурентоспособность организации: факторы и проблемы управления / Е.Г. Жулина, Т.Л. Мягкова // Фундаментальные и прикладные исследования кооперативного сектора экономики. – 2016. – № 5. – С. 34–37.
2. Кузнецова И.В. Современное состояние и перспективы развития инновационной деятельности на предприятиях России / И.В. Кузнецова // Экономика и социум: проблемы и перспективы взаимодействия: Материалы III Всероссийской научно-практической конференции (Саратов, 26 февраля 2016 г.). – Саратов: ООО «ИИРПК», 2016. – С. 44–47.
3. Менеджмент инновационного развития бизнеса в информационном обществе России: социально-экономические аспекты: коллективная монография / В.В. Даньшина, Е.Г. Жулина, Ю.В. Баурова и др. – Саратов: Саратовский государственный технический университет имени Гагарина Ю.А., 2016.
4. Модернизация современной экономики России: некоторые аспекты теории, методологии и практики : колл. монография / Е.А. Юрманова, Е.Г. Жулина, Р.К. Аблязов и др.; отв. редакторы О.Б. Мизякина, Т.Л. Мягкова. – Саратов: ООО «Буква», 2014.
5. Развитие систем управления инновационными стратегиями бизнеса в экономике России: коллективная монография / Е.А. Кряквина, Е.Г. Жулина, Н.А. Воронина и др.; под ред. д-ра экон. наук, проф. Е.Г. Жулиной. – Саратов: ИИРПК, 2017. – С. 82–108.
6. Хачатрян Г.А. Основы менеджмента: Учеб. пособие / Г.А. Хачатрян. – Саратов: Амирит, 2017. – 294 с.



## ЦИФРОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В РАЗВИТИИ ЭКОНОМИКИ РЕГИОНА

В настоящее время все большее распространение получает применение информационно-коммуникационных технологий в различных сферах жизни общества, в том числе, и в экономике. Эффективные системы управления предприятием и экономикой региона в целом требуют внедрения цифровых технологий, без которых в современном мире просто невозможно быстрое реагирование на изменения, происходящие во внешней и внутренней среде. Важным элементом развития экономики региона является и внедрение новых систем маркетинга, отвечающих требованиям современного информационного (цифрового) общества. В послании Федеральному собранию президент впервые сформулировал новый стратегический термин – «цифровая экономика», диктующий необходимость формирования масштабной системной программы развития экономики нового технологического поколения. Призыв активнее вступать в век цифровой экономики, является продолжением принятой Минэкономразвития РФ «Стратегии научно-технологического развития до 2020 года».

5 декабря 2016 года правительство РФ опубликовало перечень поручений по реализации послания Владимира Путина. Среди них и поручения Министерству связи и массовых коммуникаций РФ в части, касающейся разработки программы «Цифровая экономика».

Согласно документу, органам государственной власти необходимо разработать и утвердить программу «Цифровая экономика», в которой были бы детально проработаны все необходимые меры по созданию правовых, технических, организационных и финансовых условий для развития цифровой экономики в РФ и ее интеграции в пространство цифровой экономики государств – членов Евразийского экономического союза [3].

По словам заместителя Министра экономического развития РФ, Саввы Шипова, в фокусе должны находиться преобразования, касающиеся граждан, бизнеса и государства. Первоочередно в программе необходимо определить основные термины, понятия, а также цели, ключевые задачи разработки программы «Цифровая экономика» и направления ее реализации. Основные работы по созданию документа предполагается завершить до 1 июня 2017 г.

На сегодняшний день точного определения понятия «цифровая экономика» нет. Впервые его ввёл в оборот в 1995 году Николас Негропonte из Массачусетского университета. Хотя словосочетание «цифровая экономика» появилось более 20 лет назад, содержание понятия до сих пор остаётся размытым. Доклад ««Цифровые дивиденды» Всемирного банка также не даёт чёткого определения. В самом общем виде цифровую экономику можно представить как ту часть экономических отношений, которая опосредуется Интернетом, сотовой связью, ИКТ.

В отчете о семинаре Всемирного банка в московском офисе 20-го декабря 2016 г. цифровая экономика определяется как система экономических, социальных и культурных отношений, основанных на использовании цифровых информационно-коммуникационных технологий.

Определение Европейского сообщества так же резюмирует, что цифровая экономика есть результат трансформационных эффектов новых технологий общего назначения в области информации и коммуникации.

Компания The Boston Consulting Group, которая на данный момент является одним из авторитетных экспертов в области цифровой экономики, определяет ее как ведение бизнеса на рынках, опирающихся на интернет и/или Всемирную паутину [2].

Отталкиваясь от такого представления о цифровой экономике, авторы доклада Всемирного банка и многих других исследований приходят к выводу о том, что данная модель экономики может обеспечить «цифровые дивиденды» обществу в виде более высокой производительности труда, повышения конкурентоспособности компаний, снижения издержек производства, ослабления кризисов (за счёт ускоренной реализации товаров и услуг), роста занятости (снижения безработицы), более полного удовлетворения потребностей человека, снижения бедности и даже ослабления социальной поляризации общества. Главные элементы цифровой экономики представлены на рисунке 1.



Рис. 1. Главные элементы цифровой экономики

В связи с вышесказанным можно сделать вывод, что стратегия перехода к цифровой экономике – это новый необходимый этап развития государства. На данный момент доля цифровой экономики в ВВП России составляет 2,1%. Опираясь на отчет BCG (The Boston Consulting Group), можно сказать, что такой показатель в 1,3 раза больше, чем 5 лет назад, т.е. по сравнению с 2011 г. Тем не менее, это все еще в 3–4 раза меньше, чем у лидеров цифровизации. По этому показателю 2016 году Россия находилась на 39 месте в мире из 85. Отставание России от лидеров рейтинга составляет 5–8 лет. По уровню развития инфраструктуры Россия является лидером среди стран БРИКС, но в 1,5 раза отстает от среднего значения по ОЭСР (Организация экономического сотрудничества и развития) [1].

Такое развитие инфраструктуры обеспечило выравнивание ее доступности и сократило цифровой разрыв между Москвой и регионами с 2,6 в 2011 г. до 1,35 раза в 2016 г. Это большое достижение цифровой экономики [5].

Если рассмотреть статистические данные, отражающие показатели использования организациями информационно-коммуникационных технологий, то можно говорить о том, что в период с 2003 г. по 2015 г. в России значительно увеличилось применение достижений ИКТ в работе предприятий. Так, например, использование ЭВМ других типов возросло более чем в 5 раз, а число организаций, имеющих веб-сайты в Интернете, увеличилось в 3 раза (табл. 1) [4].

Таблица 1

**Удельный вес организаций, использовавших информационные и коммуникационные технологии (в процентах от общего числа обследованных организаций)**

	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
персональные компьютеры	84,6	87,6	91,1	99,3	93,3	93,7	93,7	93,8	94,1	94	94	93,8	92,3
ЭВМ других типов	8,3	8,4	9,3	11,3	13	14,5	16	18,2	19,7	18,9	19,7	26,6	47,7
глобальные информационные сети	50,1	57,3	54,3	62,5	68,7	74,7	79,3	83,4	85,6	87,5	88,7	89,8	89
Имевших веб-сайты в сети Интернет	13,5	14,4	14,8	21,1	19,8	22,8	24,1	28,5	33	37,8	41,3	40,3	42,6

Так же важно отслеживать динамику развития цифровой экономики по регионам РФ. Если учесть, что цифровая экономика во многом связана с Интернет-пространством, то такой показатель как его использование в работе организаций, может являться весьма важным. По данным таблицы 2 видно, что наибольший прогресс произошел в Северо-Кавказском федеральном округе (СКФО) [4]. Стоит отметить, что для всех регионов в рассматриваемый период характерно увеличение этого показателя более чем на 35%.

Таблица 2

**Удельный вес организаций использовавших Интернет по субъектам Российской Федерации (в процентах от общего числа обследованных организаций соответствующего субъекта Российской Федерации)**

	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
РФ	43,4	48,8	53,3	61,3	67,8	73,7	78,3	82,4	84,8	86,9	88,1	89	88,1
ЦФО	43	48	52,7	60,1	67,7	70,6	75,5	80,3	82,8	85,9	87,9	90	90,8
СЗФО	51,5	57,7	59,7	65,9	70,4	76,5	80,6	85,7	88,6	91	92,3	92,9	92,4
ЮФО	46,9	50,9	55,4	68,3	71,8	77,2	77,6	80,2	83	84,1	86,2	85,8	82,5
СКФО	35,6	41,6	48,3	59,6	66,8	74,7	81,6	85,5	89	87,8	89,2	90,5	89
ПФО	38,2	44,3	50,3	58,6	66,3	75,5	81,4	86	87,8	89,1	88,7	88,6	87,2
УФО	47,9	53,1	58,4	66,4	74,4	80,9	83,5	87,1	88,9	90,5	91,2	91,9	89,1
СФО	41,3	46,1	49,4	57,2	62,3	68,4	73,2	77,6	81,2	84	85	86,3	85,7
ДФО	47,8	55,2	56,3	62,3	67,7	72,6	78	79,1	80,7	84	85,6	88,4	87,7
Крымский ФО	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	94	93,6

По данным рассматриваемого отчета BCG, можно заключить, что с 2011 года рынок электронной коммерции рос в среднем на 27% в год. В 2016 его объем достиг 3,3% от всего объема розничной торговли. Наибольшее распространение электронная коммерция получила в сегментах бытовой техники и электроники, одежды и обуви, мебели и товаров для дома. На эти категории приходится 80% рынка электронной коммерции России. В это же время, в России практически отсутствует рынок продуктового онлайн-ритейла (всего 0,2%). Важным достижением является и стремительное развитие новых относительно 2011 года интернет-зависимых рынков: туризма, игр, медиа, банковских услуг и пр.

Если сравнивать относительно других стран цифровая экономика России развивалась эволюционно – без прорывных успехов. Однако за последние 5 лет Россия переместилась с периферии группы догоняющих стран на периферию основной группы, что в целом является положительным показателем и говорит о поступательном прогрессивном развитии [5].

Таким образом, можно сделать вывод о том, что тезис «будущее за информационными технологиями» успел себя оправдать. Главные преимущества от использования информационных продуктов – экономия времени и мобильность – на сегодняшний день обеспечивают выживаемость на конкурентном рынке. В России цифровая экономика находится на этапе своего развития, постепенного формирования и становления. Регионы показывают положительную динамику цифровизации, сокращая тем самым разрыв с более развитым центром. Конечно, уровень отставания показывает, что предпринимаемые меры в области цифровой экономики не могут обеспечить достаточных темпов ее развития. На данный момент важно учесть нынешние социальные, экономические и политические аспекты для выработки эффективного плана развития цифровой экономики.

#### Литература

1. Бобровников Б. Цифровая экономика России. Шел 2016 год. – Москва, 08 ноября 2016.
2. Митин В. Семь определений цифровой экономики [Электронный ресурс] / 18 января 2017. – URL: <https://www.crn.ru/news/detail.php?ID=116780>
3. Никифоров Н. Цифровизация повысит эффективность всех отраслей народного хозяйства [Электронный ресурс] / Пресс-служба Минкомсвязи РФ, 12 января 2017. – URL: <https://www.crn.ru/news/detail.php?ID=116707>
4. Информационное общество: Официальная статистика [Электронный ресурс] / Федеральная служба государственной статистики. – URL: [http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat\\_main/rosstat/ru/statistics/science\\_and\\_innovations/it\\_technology/#](http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/science_and_innovations/it_technology/#)
5. Россия онлайн? Догнать нельзя отстать / The Boston Consulting Group, июнь 2016.

УКД 336.722.1.001

**А.В. Тымань, студент**

*Научный руководитель: А.А. Иванькова, преподаватель  
г. Нижневарттовск, Нижневарттовский социально-гуманитарный колледж*

## РАЗВИТИЕ СБЕРЕГАТЕЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ БАНКОВ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

В современном мире деньги в жизни каждого человека стали неотъемлемой частью, они занимают особое место. Жизнь нынешнего сообщества в настоящее время сложно представить без такого важного экономического инструмента, как деньги. Непосредственно деньги гарантируют людям возможность обменивать собственные умения, знания и способности на всё необходимое для того, чтобы организовать собственную жизнь в соответствии со своими представлениями.

Исторически так сложилось, что основным источником средств сберегательных институтов являются депозиты. Сберегательные счета раньше предлагали сравнительно скромный доход, который составлял 4% годовых с размером вклада от 50 копеек и до 10 рублей. Но эти счета обладали такими чертами, как ликвидность и безопасность, что являлось столь важным для вкладчиков относительно ограниченных средств.

В русской литературе и практике пока что еще нет устоявшегося понятия сбережения. В бытовом и понятном для нас всех смысле термин «сбережение – это денежные средства, которые временно не используются на потребительские цели». Чтобы обеспечить себя и свою жизнь от различного рода случайностей, люди зачастую часть своих получаемых денежных средств не расходуют на потребление, а сберегают их. Сохранить накопления жителей является главной ролью государства

Сберегательная деятельность сформирована на привлечении и сборе сбережений населения, отдельных юридических лиц и переводе части собранных средств в инвестиции. Прибыль которая при этом образуется, идет на процентный рост вкладов и в распоряжение владельцев сбербанков. Сберегательные учреждения имеют резервные счета, на которые зачисляется прибыль для обеспечения безопасного хранения вкладов и гарантии их сохранности.

Живя в современном мире, человек стремится сберечь, то есть накопить собственные денежные средства, для поддержания собственной финансовой стабильности. Его накопленные средства (сбережения) в дальнейшем помогут ему при удовлетворении собственных потребностей. В условиях прогрессивной экономики существует две основные организации формы сбережений:

- 1) Неорганизованные сбережения;
- 2) Организованные сбережения.

На выбор организационной формы сбережения влияют следующие факторы: 1) Мотивы сбережения, которые были уже названы; 2) Уровень доверия населения к банковской системе; 3) Темп инфляции [2, с. 312].

Мотивом для создания сбережений является немаловажный фактор, характеризующий их организационную форму. Потребительские мотивы при прочих равных критериях дают более ликвидную организационную форму сбережения – наличные деньги. Стремление получить в дальнейшем дополнительный доход характеризует необходимость размещать собственные сбережения в организованной форме. Благодаря данному мотиву, в наши дни наиболее популярная организационная форма сбережения.

Серьезное влияние на выбор формы сбережений оказывает уровень доверия населения к банковской системе: чем ниже уровень, тем меньше сбережения получают организованную форму.

Очередным фактором, характеризующим форму сбережений, являются темпы инфляции: в условиях высоких темпов инфляции уровень организованных сбережений снижается, поскольку население ценит хранить собственные накопленные средства – в наличной форме. Выделенные факторы оказывают комплексное воздействие на выбор организационной формы сбережения.

Значительную долю привлеченных денежных средств банка составляют депозиты (вклады), или проще говоря, это денежные ресурсы, которые клиенты вносят в банк или которые в ходе реализации банковских операций находятся определенный период на счетах в банке.

Как показала нынешняя банковская практическая деятельность, благодаря банковскому стремлению удовлетворить потребность различных групп клиентов банковские обслуживания и привлечение сбережений и свободных денежных средств на банковские счета, обусловлена большим разнообразием вкладов (депозитов) и депозитных счетов.

Согласно ст. 837 ГК РФ выделяют две основные группы вклада:

1. Вклад до востребования;
2. Срочный вклад.

Вклад до востребования, это когда владелец счета до востребования может получить деньги по первому требованию. Преимущества депозитов до востребования является их высокая ликвидность. Срочные вклады – это свободные денежные средства внесенные на фиксированный срок.

Для срочных вкладов устанавливаются следующие сроки:

- До 30 дней;
- От 31 до 90 дней;
- От 91 до 180 дней;
- От 181 до 1 года;
- От 1 года до 3 лет;
- Сроком выше 3 лет.

В идущем в ногу со временем мире у любого гражданина есть открытый доступ к информации, которая предоставляется на сайте любого банка. Благодаря доступности банки позволяют клиентам лично узнать про вклады, кредиты, страхования и т.д. Если подробно рассматривать доступность информации по вкладам, на сайте любого банка можно увидеть условия привлечения, типовую форму договора и депозитный калькулятор. Это демонстрирует, что банки стремятся к тому, чтобы население в нашей стране было финансово грамотным.

Для открытия банковского счета, счета по вкладу (депозиту) в банк представляются оригиналы документов или их копии, заверенные в порядке, установленном законодательством Российской Федерации. Размещение вкладов на хранение в банки осуществляется на договорной и возвратной основе. Основные условия хранения и начисления процентов предусматривается в договоре на вклад между вкладчиком и банком. Банки обеспечивают сохранность вкладов и своевременность исполнения

своих обязательств перед вкладчиками. Привлечение средств во вклады оформляется в письменном виде в двух экземплярах, один из которых отдается вкладчику [1, ст. 36].

В современных условиях для эффективного функционирования, развития и достижения своих целей каждый коммерческий банк должен разработать собственную депозитную политику, то есть стратегию практического управления. Как известно, привлечение денежных средства и их последующее размещение являются основными формами деятельности банка

Сбербанк является банком с высоким показателем надежности среди российских банков по объемам привлечения средств населения и юридических лиц, объемам инвестиций в экономику России, объемам операций на фондовых и денежных рынках [3; 2].

Несмотря на не самые высокие процентные ставки по депозитам, предлагаемым в 2016 году, Сбербанк остается лидером на рынке по объемам привлеченных средств во вклады физических лиц, потому что когда речь идет о надежности и сохранности средств, решение принимается в сторону проверенных финансовых учреждений.

Депозиты населения имеют большое значение в ресурсной базе ПАО «Сбербанк России». Именно они составляют основную часть привлеченных ресурсов банка. В настоящее время депозитная линейка ПАО «Сбербанк России» представлена следующими видами: срочные вклады (для получения гарантированного дохода); вклады для расчетов (для проведения регулярных платежей и ежедневного использования); пенсионные вклады (специальные условия по вкладам).

Проведем анализ структуры депозитного портфеля физических лиц ПАО «Сбербанк России» по срокам за период от 1.01.2015 г. по 1.01.2016 г.

Таблица 1

**Структура депозитного портфеля физических лиц ПАО «Сбербанк России» по срокам [3]**

Вид депозита	1.01.2015 г.		1.01.2016 г.		Отклонения, %
	тыс. руб.	%	тыс. руб.	%	
До востребования	38 866 281	0,61	36 659 725	0,46	- 5,68
До 30 дней	68 426 171	1,06	75 029 361	0,95	+ 9,65
От 31 до 90 дней	162 681 161	2,53	172 184 836	2,19	+ 5,84
От 91 до 180 дней	291 734 155	4,54	365 803 439	4,67	+ 25,39
От 181 дня до 1 года	971 535 625	15,13	4 354 870 314	55,61	+ 348,25
От 1 года до 3 лет	4 431 155 497	69,04	2 448 204 766	31,26	- 44,75
Свыше 3 лет	453 180 795	7,06	378 315 225	4,83	- 16,75
Итого	6 417 579 685	100	7 831 067 666	100	+ 22

Как видно объем депозитного портфеля физических лиц увеличился 1.01.2016 года по сравнению с 1.01.2015 г. на 22%, и составил 7 831 067 666 руб. Это показывает, что банк сохранил свою специализацию на организацию сбережений населения, так как удерживает свои лидирующие позиции на рынке привлечения средств от населения.

На 1.01.2015 год депозиты сроком от 1 года и до 3 лет в структуре депозитного портфеля были лидирующая позиция – их доля составила 69,04%, но на 1.01.2016 года позиция была утеряна, так как удельный вес от 1 года до 3 лет снизился до 31,26%. Депозиты сроком привлечения от 181 дня до 1 года на 1.01.2016 год в структуре привлеченных депозитов от населения составил 55,61%.

Анализ структуры депозитного портфеля юридических лиц ПАО «Сбербанк России» за 2015–216 года проведен в таблице 2.

Таблица 2

**Структура депозитного портфеля юридических лиц ПАО «Сбербанк России» по срокам [3]**

Вид депозита	1.01.2015 г.		1.01.2016 г.		Отклонения, %
	тыс. руб.	%	тыс. руб.	%	
До востребования	802 913	0,31	3 642 412	0,10	+ 429,31
До 30 дней	581 999 847	22,32	708 263 256	19,47	+ 21,69
От 31 до 90 дней	449 189 700	16,95	499 992 706	13,74	+ 11,31
От 91 до 180 дней	479 187 186	18,37	498 393 000	13,71	+ 4
От 181 дня до 1 года	150 610 233	5,77	618 385 136	17,10	+ 310,59
От 1 года до 3 лет	301 811 272	11,57	455 612 521	12,52	+ 50,96
Свыше 3 лет	644 462 190	24,71	853 758 469	23,47	+ 32,48
Итого	2 608 063 341	100	3 638 047 500	100	+ 39,49

Анализ структуры депозитного портфеля юридических лиц о срокам показывает, что наибольшая доля по срокам приходится на вклады сроком свыше 3-х лет 24,71% на 1.01.2015 год, а на

1.01.2016 год доля снизилась до 23,47%. Также можно заметить, что увеличилась доля депозитов, привлеченных на сроки от 181 дней до 1 года с 5,77% на 1.01.2015 года, до 17,10% на 1.01.2016 год. Снизилась доля депозитов сроком До востребования на 67,74%.

В целом портфель по срокам диверсифицировать. Объем депозитного портфеля увеличился на 39,49% прежде всего за счет увеличения объема привлечения депозитов на срок от 181 дня до 1 года на 310,59% и за счет увеличения объема привлеченных средств До востребования на 429,31%

В современных условиях развитие сберегательной деятельности банков происходит очень активно, банки не стоят на месте расширяют свой спектр услуг, развиваются в сфере привлечения сбережений. Ведь именно банки помогают населению накопить денежные средства, благодаря им мы получаем доход от своих средств. Именно поэтому была выполнена исследовательская работа развития сберегательной деятельности банков в современных условиях.

#### Литература

1. ФЗ РФ от 02.12.1990 N 395-1 (ред. от 03.07.2016) «О банках и банковской деятельности» (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.09.2016). Ст. 36. Банковские вклады физических лиц [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.consultant.ru> (дата обращения: 01.03.2017).
2. Финансы: учебник [Электронный ресурс] / И.И. Глотова, Е.П. Томилина, О.Н. Углицких, Ю.Е. Клишина. – 2-е изд., перераб. и доп. – Ставрополь: АГРУС Ставропольского гос. аграрного ун-та, 2015. – 352 с. – Режим доступа: <https://www.znaniium.ru> (дата обращения: 01.03.2017).
3. Официальный сайт Банка России [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.cbr.ru> (дата обращения: 01.03.2017).

УДК 339.138

*А.С. Тюрин, студент  
А.И. Кравченко, ассистент*

*г. Ростов-на-Дону, Донской государственный технический университет*

## ИННОВАЦИОННЫЙ ВЗГЛЯД НА МАРКЕТИНГ В РАЗВИТИИ ПРОДВИЖЕНИЯ ПРОДУКТА КОМПАНИИ

В сфере производства экономика находится перед лицом отказа от массового производства, которое было сформировано на стыке 19–20 веков. Для смены массового производства возникает современный тип производства. Он кардинально меняет саму идею производственного процесса: традиционное производство огромного числа одинаковых изделий заменяется производством такого изделия, которое подходит данному потребителю, в нужном количестве и в нужный момент времени.

В современном бизнесе происходит смещение приоритетов от «функциональных» к «инновационным» продуктам. Функциональные продукты удовлетворяют повседневные потребности и приобретаются, в большинстве случаев, несмотря на место приобретения, т.е. увидел – захотел – приобрел. Для них существует более/менее предсказуемый спрос, а их жизненный цикл длится довольно продолжительно. Конкурентам легче их копировать, а значит, и трудно сделать их достаточно рентабельными.

Инновационные продукты представляют собой результат современного взаимодействия техники, технологии и моды, спрос на которые трудно предсказать, и жизненный цикл которых относительно мал. В качестве компенсации за риск и повторяемость такого товара его производитель получает относительную свободу от конкуренции и связанную с ней возможность получить высокую прибыль и рентабельность.

В итоге современные средства телекоммуникаций (в частности, применение сети Internet и СМИ) позволяют перейти к прямому индивидуальному контакту, почти, с каждым потребителем продукции компании. Современный маркетинг эволюционировал от массового маркетинга к маркетингу взаимоотношений с конкретным клиентом [3, с. 98].

Ситуация на рынках товаров и услуг значительно изменилась:

– во-первых, в условиях товарного множества потребитель становится наиболее искушенным. Классический подход в сегментировании часто не работает. В настоящее время правильно говорить не о сегментах, а о фрагментах потребителей (это совсем маленькие сегменты, которые объединяет наличие общей мотивации высокого уровня для всех потребителей);

– во-вторых, наблюдается бурный рост предложения, это выражается в резком увеличении количества товарных групп, а также их наполнении. Товарное множество позволяет компании принимать определенные усилия, чтобы удержаться в том или ином фрагменте рынка;

– в-третьих, это прессинг внутри компании и желание ее руководства и собственников увеличить эффективность своего бизнеса. Выполняется агрессивная маркетинговая стратегия компании, которая часто не приносит результатов.

– в-четвертых, происходят изменения информационного поля, которое выражается во фрагментации каналов информации (т.е. появляются новые каналы и новые возможности, при использовании которых старыми становятся каналы донесения информации до потребителя, например, Internet-маркетинг, электронные табло и афиши и т.д.);

Вышеперечисленные изменения ставят перед компаниями определенные цели и требуют поиска для них рациональных путей решения.

Первостепенной проблемой является привлечение внимания клиента к товарам фирмы. В условиях жесткого давления средств информации это становится непростой и зачастую невыполнимой задачей.

Другой же проблемой является осуществление выбора и принятия решений о приобретении в данный момент времени. Люди зачастую переносят совершение покупки товара в надежде на более выгодное им предложение в будущем. Необходимо отыскать способ натолкнуть потребителя на совершение покупки уже сейчас. Даже несмотря на наличие «черного ящика» сознания у каждого клиента компании, можно выделить факторы, которые стимулируют и побуждают к покупке товара. Именно эти факторы и необходимо выявить.

Третьей проблемой является фрагментация коммуникационных стратегий. Информационное поле, если посмотреть с одной стороны, становится очень бессвязным, а с другой стороны, очень укрепленным. В таких условиях выбрать свою коммуникационную стратегию становится непростой задачей.

Наиболее оперативные, результативные решения либо инструменты следующие:

1. Первое решение – неповторимость продукта.
2. Второе решение – человеческие слабости. В зоне комфорта и удовольствия человек гораздо проще принимает решение о покупке.
3. Третье решение – управление пониманием цена/качество, а также распродажа, скидка продукта.
4. Четвертое решение – доверие и возможные пути его формирования, например, личный опыт, брэнд, товарный знак, которые часто подменяют личный опыт [2, с. 57].

Коммуникативная политика в системе маркетинга – это весьма перспективный вектор действий компании, который направлен на планирование и осуществление взаимодействия компании со всеми субъектами маркетинговой системы на основе обоснованной стратегии использования комплекса коммуникативных средств, которые обеспечивают прочное и результативное формирование спроса, продвижение предложения, т.е. товаров и услуг, на рынки для удовлетворения потребностей клиентов и получения прибыли [1, с. 482].

Коммуникация – это многогранная и самая основная характеристика как человеческого общения, так и деятельности любых компаний. Сфера применения коммуникации весьма широкая, потому что без коммуникации не обходится ни один акт социального взаимодействия в обществе.

Маркетинговые коммуникации как один из важнейших инструментов маркетинга предназначены для передачи информации и сообщений от отправителя к получателю. Это весьма сложный процесс, зависящий от социальной среды, в которой он происходит, и от людей, которые отправляют информацию, от целенаправленности этой информации, и от того, каким способом она будет доставлена [1, с. 245].

Важность коммуникаций в предпринимательской деятельности также обусловлена тем, что:

- коммуникации являются источником и носителем важной информации;
- участники коммуникаций получают информацию при помощи общения с коллегами внутри и с потребителями вне своих организаций;
- коммуникации рассматриваются как инструмент достижения высокой результативности при реализации и разработке стратегии предпринимательства [1, с. 484].

Увеличение рынка средств коммуникаций, появление огромного количества новых коммуникативных инструментов приводит к возрастанию издержек на коммуникативные процессы.

Присущим развитию коммуникативных процессов в последние годы является:

- увеличение разнообразия и интегрированности коммуникаций;

- увеличение использования различных маркетинговых инструментов.

Коммуникации выступают фактором преимущества в конкурентной борьбе, и эта направленность увеличивается в условиях сложности коммуникативных процессов.

Маркетинговые коммуникации – это процесс взаимодействия субъектов маркетинговой системы по поводу согласования и принятия тактических и стратегических решений в маркетинговой деятельности. Результативность маркетинговых коммуникаций будет зависеть от индивидуальных характеристик каждого из субъектов маркетинговой системы, в том числе, от используемых средств и методов, осуществляющих стимулирование коммуникаций.

Средства осуществления коммуникаций – СМИ, медиа, или каналы коммуникаций, позволяющие реализовывать функции передачи (транспортировки) и представления в той или иной форме информации от коммуникатора к коммуниканту [1, с. 506].

Использование этих перечисленных инструментов и функций системы продвижения будет обеспечивать успех коммуникаций:

- активизация спроса;
- создание подходящих условий для ценовой эластичности рыночного механизма спроса и предложения;
- формирование и популяризация имиджа и престижа компании;
- информирование о характеристиках и видах продукта, качестве услуг;
- извещение о распродажах, дисконтах, ярмарках, выставках;
- напоминание персональным потребителям или группам потребителей о ценовой и товарной политике фирмы;
- перевод количественных и качественных свойств продукта и/или услуги на язык потребностей клиентов;
- распространение информации о эффективности деятельности компании и компаний-конкурентов.

Комплекс маркетинговых коммуникаций проводит и структурирует продвижения, т.е. осуществляет такое взаимодействие инструментов продвижения, которое может производить наиболее эффективную форму воздействия на клиентов при информировании их о рационально произведенном товаре и/или услуге компании. Структура продвижения допускает использование преимущественно важного инструмента, обеспечивающего функциональное взаимодействие и взаимодополнение совокупного инструментария, и благодаря этому создание синергетического (эмерджентного) эффекта коммуникативного микса [1, с. 510].

#### Литература

1. Бабиев Г.Л., Тарасевич В.М., Анн Х. Маркетинг: Учебник для вузов. 3-е изд. / под общ. ред. Г.Л. Бабиева. – СПб.: Питер, 2007. С. 482.
2. Васильев С. Современные технологии маркетинга // Уральский инвестор. 2005. № 5(5).
3. Друкер П. Менеджмент. Вызовы XXI века. Манн, Иванов и Фербер, 2012.
4. Эриашвили Н.Д., Ховард К., Цыпкин Ю.А. и др. Маркетинг: Учебник для вузов. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2005. С. 245.

УДК 338.49

**И.А. Удодова, студент**

*Научный руководитель: Т.Л. Данильчик, канд. экон. наук, доцент  
г. Барнаул, Алтайский государственный технический университет им. И.И. Ползунова*

### К ВОПРОСУ О КЛАСТЕРНОМ РАЗВИТИИ РЕГИОНА (НА ПРИМЕРЕ АЛТАЙСКОГО КРАЯ)

Развитие малого бизнеса – одна из важнейших задач в сфере экономики и менеджмента страны. Эта проблема достаточно актуальна в современном мире. Малый инновационный бизнес связан с созданием новых фирм, разработкой и реализацией программ, формированием и развитием инновационно-промышленных образований. Он обеспечивает в рыночной экономике рост числа рабочих мест, появление на рынке новых товаров и услуг.

Современное развитие экономики требует от каждой компании большей устойчивости и изобретательности в области удовлетворения всех потребностей общества. Это дает возможность раз-



ным фирмам, организациям, предприятиям различных отраслей промышленности, сельского хозяйства, торговли, общественного питания, строительства, сфер оказания транспортных и бытовых услуг населению развивать малый бизнес. Несмотря на мировой экономический кризис, в России появилось немало фирм, занимающихся таким видом деятельности, и это представляет одну из перспективных форм хозяйствования.

За последние 20 лет выросло новое поколение молодых инициативных, предприимчивых предпринимателей, играющих активную роль в экономике, бизнесе и обществе в целом, что способствует успешному переходу страны на инновационный путь развития. Но есть ряд проблем, которые негативно влияют на рост числа предпринимателей и бизнесменов. Это – неспособность молодежи к преодолению бесконечных трудностей и проблем (высокие налоги, дорогие материально-технические средства, затруднения в получении кредитов, производственных помещений и мест для работы), неготовность к риску. Государство выделяет стартовые средства для поддержки малого бизнеса, но они довольно малы в сравнении с затратами на его организацию. Это и отсутствие единой системы и четкого выверенного механизма реализации государственных мер по содействию развития сектора предпринимательства. Некоторые имеют советующее образование, но у них нет практических навыков, необходимых для предпринимательской деятельности. Или наоборот – низкая квалификация самих предпринимателей и наемных работников.

Все эти проблемы негативно отражаются на финансовом результате и общем состоянии бизнеса, приводя к снижению числа конкурентоспособных субъектов на всех уровнях хозяйствования.

В России, к сожалению, активная реальная поддержка мелкого и среднего бизнеса до сих пор не стала приоритетным направлением современной экономической политики, по сравнению с другими странами. Известно, что доля малого и среднего бизнеса за рубежом составляет свыше 80% от общего числа предприятий. В России доля малого предпринимательства в ВВП составляет 10–11% [4, с. 65].

Для стимулирования частной предпринимательской инициативы в России созданы фонды финансовой помощи, поддерживающие малые и средние предприятия. Каждый год проводятся разные экономические форумы, конкурсы, мероприятия, посвященные проблемам малого бизнеса на федеральном и местном уровнях. Происходит рост инвестиций в экономику. Все это, конечно же, способствует развитию ресурсного потенциала предпринимательских структур и бизнеса в целом.

Кластерные образования являются одними из главных направлений на пути развития малого инновационного бизнеса. Для современной России это обусловлено, во-первых, тем, что за их счет можно повысить эффективность производства и добиться обеспечения экономического роста и высокого уровня развития реальных отраслей экономики. Во-вторых, это дает возможность для самостоятельного развития регионов, обеспечивая решение проблемы занятости населения и привлечения квалифицированных специалистов. А также кластеры вызывают интерес иностранных инвесторов.

Развитие кластеров способствует минимизации издержек, созданию новых продуктов, формированию капитала и возникновению новых условий деятельности с передачей знаний и опыта, запуском новых технологий в производство. Кластерные образования способствуют усилению взаимодействия научного сообщества с государством.

В 2008 г. Министерством экономики и развития РФ была утверждена Концепция кластерной политики. Кластерный подход отображен также в «Концепции долгосрочного социально – экономического развития Российской Федерации на период до 2020 года».

Кластерных образований на территории России достаточно много. К ним, например, относятся: Судостроительный инновационный территориальный кластер Архангельской области, Нижегородский индустриальный инновационный кластер в области автомобилестроения и нефтехимии, энергоэффективная светотехника и интеллектуальные системы управления освещением в Республике Мордовии и другие [5]. Каждый субъект Федерации самостоятельно разрабатывает и внедряет программы развития кластеров и дальнейшую политику их развития.

Но особый интерес, конечно, представляют кластеры в Алтайском крае. На заседании Координационного совета Алтайского края по инновационному развитию и кластерной политике, которое провел Губернатор Александр Карлин, были обсуждены наиболее значимые проблемы и вопросы краевой поддержки и финансирования инновационных территориальных кластеров. Согласно плану о содействии импортозамещения в Алтайском крае до 2020 года намечено освоение инновационных технологий региональными предприятиями, развитие энергетической инфраструктуры, разработаны меры государственной поддержки перспективных инвестиционных проектов.

На территории Алтайского края функционирует 4 кластера: биофармацевтический – первый успешный кластер, кластеры аграрного машиностроения, энергомашиностроения и энергоэффектив-

ных технологий и полимерных композиций. В перспективе создание двух новых образований: биотехнологического и молочного кластеров. В состав кластерных объединений Алтайского края входит около 86 предприятий, на которых работают почти 14 тысяч человек [2].

Биофармацевтика на Алтае развивается давно, она имеет приоритетное направление в нашем регионе. Широко известна алтайская высококачественная натуральная косметика, БАДы, чаи, лекарства. Эту продукцию производят более 30 организаций региона, в том числе ЗАО НПК «Алтай», ЗАО «Алтайвитамины», ЗАО «Эвалар», ОАО «Михайловский завод химреактивов», ОАО «Алтайхимпром» им. Г.С. Верещагина. А товарный знак «AltaiBio» – символ экологически чистого и качественного продукта. Продукция этого кластера известна во всей стране.

Для оказания помощи и содействия модернизации развития малого и инновационного бизнеса был создан центр кластерного развития (АЦКР) и региональный центр инжиниринга (РЦИ). АЦКР как объект инфраструктуры поддержки малого и среднего предпринимательства призван содействовать формированию экономических условий, способствующих технологическому инновационному развитию участников кластеров на территории Алтайского края. Работа РЦИ направлена на развитие рынка инжиниринговых услуг, который по оценкам экспертов слабо развит как в России, так и в крае. Однако мировой опыт подсказывает значимость данного сегмента экономики в повышении результативности производства и инновационного развития региона.

Развивается на Алтае и кластер аграрного машиностроения, создание которого относится к 2010 году. Сейчас для его развития сложилась достаточно благоприятная конъюнктура, обусловленная ростом цен на импортную технику при практически их прежнем уровне на российскую продукцию. За счет этого алтайская техника стала конкурентоспособной, а благодаря своим технико-экономическим характеристикам, не уступающим зарубежным аналогам, даже начала выигрывать. Данный кластер объединяет в себе более 16 предприятий сельхозмашиностроения, учебных и научно-исследовательских учреждений, общественных организации. Технические комплексы, произведенные участниками кластера, ежегодно представляются на Всероссийском дне поля. Эта выставка показывает, что Алтайский край становится производителем высокотехнологичной сельскохозяйственной техники и поставщиком машин нового поколения и оборудования. В приобретении этой продукции заинтересованы не только алтайские аграрии, но предприятия России в целом. Так предприятием ЗАО СЦ «СЭУС-Агро», входящим в кластерное образование, был изготовлен опытный образец почвообрабатывающей машины ЧДА-7 (чизельно-дисковый агрегат) нового поколения. К числу новаторов можно отнести ЗАО «ТОНАР плюс», которое наладило серийное производство сеялок-культиваторов стерневых скоростных СКСС-2,5 и готовится к освоению комбинированного агрегата КПКА-5,0 и установки для очистки и сушки зерна УДОС-20 [1]. К этому долго шли и сейчас у предпринимателей появились дополнительные возможности. Кластер намерен расширяться, завоевывать новые рынки сбыта, осваивать производство новой продукции, более технологичной, наукоемкой. Однако для реализации этих целей нужны совместные усилия, поскольку проблемы такого уровня не решаются в одиночку.

Вместе с тем, Россия в целом и Алтайский край в частности по уровню развития кластеров отстает от большинства промышленно развитых стран и партнеров по БРИК.

В крае недостаточно развит трансфер передовых технологий, не сформирована целостная инфраструктура инноваций (отдельные ее элементы в крае уже созданы, но «пробуксовывают» в силу слабого их взаимодействия). Инновационное развитие региона также сдерживается отсутствием мотивированных взаимосвязей образования, науки, бизнеса [3]. К сожалению, в крае нет достаточного опыта коммерциализации высоких технологий. Как правило, реализуемые инновации носят продуктовый, организационный и маркетинговый характер и осуществляются за счет собственных разработок, без соответствующей более квалифицированной поддержки научных и конструкторских организаций. В решении проблем, с которыми сталкивается инновационный бизнес невозможно без поддержки государственных структур.

#### Литература

1. Алтайский кластер аграрного машиностроения [Электронный ресурс]. URL: [http://www.altkibd.ru/ackr/altayskie\\_klastery/altayskiy\\_klaster\\_agrarnogo\\_mashinostroeniya](http://www.altkibd.ru/ackr/altayskie_klastery/altayskiy_klaster_agrarnogo_mashinostroeniya)
2. В условиях конкуренции за средства бюджета преимущества получают кластерные инициативы [Электронный ресурс]. URL: [http://www.altregion22.ru/region\\_news/v-usloviyah-konkurentsii-za-sredstva-byudzheta-preimuschestva-poluchayut-klasternye-initsiativy\\_425687.html?sphrase\\_id=224505](http://www.altregion22.ru/region_news/v-usloviyah-konkurentsii-za-sredstva-byudzheta-preimuschestva-poluchayut-klasternye-initsiativy_425687.html?sphrase_id=224505) (дата публикации: 14 мая 2015).
3. Данильчик, Т.Л. Интеграция образования, науки и бизнеса как основа инновационного процесса [Текст] / Т.Л. Данильчик // Наука и образование: сохраняя прошлое, создаём будущее / под общ. ред. Г.Ю. Гуляева. – Пенза: МЦНС «Наука и просвещение». – 2017. – С. 71–74. Режим доступа: <http://elibrary.ru/item.asp?id=28085602>.

4. Никитина Л.Н., Худилайнен М.И. Становление малого бизнеса в России / Л.Н. Никитина, М.И. Худилайнен // Инновации. – № 9. – 2014. – С. 63–67.

5. Приказ Министерства экономического развития РФ от 27 августа 2015 г. N 605 «Об утверждении перечня мероприятий, отобранных для софинансирования за счет средств субсидий из федерального бюджета бюджетам субъектов Российской Федерации на реализацию комплексных инвестиционных проектов по развитию инновационных территориальных кластеров» [Электронный ресурс]. URL: <http://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/71072216/?prime>

УДК 339.1

**В. Фисун, студент**

*Научный руководитель: А.В. Тагирова, преподаватель  
г. Нижневартовск, Нижневартовский государственный университет*

## ОСОБЕННОСТИ ТОВАРНОГО РЫНКА НЕФТЕПРОДУКТОВ И НЕФТИ

В настоящее время мировой рынок нефти и нефтепродуктов – это один из основных рынков мирового хозяйства, что определяет значимость и необходимость его исследования. Экономика большинства государств сосредоточены на доходах, которые получены от нефтяной отрасли. Экспорт нефти – это основа экономик таких стран. В нашей стране доходы от экспорта нефти также выступают в качестве основы платёжного баланса. Нефть представляет собой основной источник первичной энергии во всём мире, универсальный топливный ресурс, занимающий значительное место в транспортной отрасли, к тому же в последнее время она стала широко использоваться как сырьё для химической промышленности, что еще больше увеличивает значимость нефти как ресурса. Её потребление не снижается, а наоборот неуклонно возрастает. Сырая нефть и продукты её переработки – это наиболее ходовой товар в мировой торговле. Переработка, дающая многочисленные продукты, имеет тенденцию приближения к районам потребления нефтепродуктов [6].

Однако добытая нефть и получаемые в результате её переработки нефтепродукты подлежат реализации, для чего нужны каналы сбыта, коммерческая и технологическая инфраструктура соответствующего товарного рынка и надлежащее правовое регулирование, причем, вопрос правового регулирования стоит достаточно остро. Для того чтобы увеличить долю поставок на мировой рынок нефти, России необходимо нарастить транспортные мощности [6].

Рынок нефти и нефтепродуктов в нашей стране представлен в современных условиях преимущественно вертикально интегрированными нефтяными компаниями (ВИНК), которые осуществляют деятельность по всей цепочке энергетического бизнеса – от добычи нефти до процесса реализации её нефтепродуктов. Основную часть добычи нефти в Российской Федерации составляет четвёрка крупнейших ВИНК (ОАО «Газпром нефть», ОАО «Роснефть», ОАО «Сургутнефтегаз», ОАО «ЛУКОЙЛ») – примерно 80% рынка. Но следует отметить, что в России действуют около 100 малых и средних нефтедобывающих компаний [2, с. 47].

В зависимости от видов деятельности, осуществляемой на рынке нефти, участники (субъекты) рынка представлены:

- 1) добывающими компаниями;
- 2) нефтеперерабатывающими заводами (НПЗ);
- 3) предприятиями нефтепродуктообеспечения, изучающими потребность в нефтепродуктах на определённой территории;
- 4) организованными оптовыми рынками, в том числе нефтяными и газовыми биржами;
- 5) субъектами, оказывающими услуги по транспортировке нефти [5, с. 64].

Более половина добываемой в России нефти поставляется на экспорт (из-за чего внутренние цены на нефть и нефтепродукты находятся в зависимости от уровня мировых цен), другая часть реализуется на оптовом рынке внутри страны. Примерно 75% переработки нефти осуществляют нефтеперерабатывающие заводы, входящие в структуру ВИНК, что исключает потребность в покупке данными НПЗ сырой нефти для переработки. Реализация излишек добытой ВИНК нефти, которые по причине загруженности производственных мощностей НПЗ последние не в состоянии переработать, осуществляется посредством третьих лиц, таким образом, происходит формирование свободного рынка нефти. Стоит отметить, что доля свободного рынка нефти в нашей стране весьма невелика – порядка 8-10% от всей добываемой в России нефти (около 50 млн тонн ежегодно) [2, с. 49].

Процесс реализации продуктов нефтепереработки осуществляется как на оптовом, так и на розничном рынках, потому что субъекты данных рынков преследуют абсолютно разные цели. При этом оптовый рынок в отличие от розничного имеет специфический состав продавцов и покупателей, а также целевое использование. Розничный рынок нефтепродуктов в РФ состоит из рынка бункерного топлива (заправка судов топливом), рынка авиационных керосинов и реализации нефтепродуктов через АЗС [1, с. 44].

Крупнооптовая торговля на рынке нефти и нефтепродуктов проводится по трём основным направлениям, который включают: заключение экспортных контрактов, биржевую торговлю и заключение прямых контрактов.

Необходимо отметить, что нефтяные компании, которые занимаются рыночной торговлей, нельзя отнести к однородным в плане проводимой ими политики. Наиболее успешные организации пользуется новыми рынками, а другие лишь начали продвижение на них. Существуют и такие, которые игнорируют новые рынки, отказываются от участия на них. При этом любая крупная компания ставит в приоритет разведку и добычу нефти.

Современное состояние рынка нефти характеризуется изменением средних фактических экспортных цен Российской Федерации и мировых цен на нефть (таблица 1) [4, с. 154].

Таблица 1

**Изменение средних фактических экспортных цен Российской Федерации и мировых цен на нефть**

	Средняя фактическая экспортная цена Российской Федерации		Мировая цена на нефть «Юралс»	
	долларов за тонну	в% к декабрю предыдущего года	долларов за тонну	в% к декабрю предыдущего года
2015 г.				
Январь	743,9	100,5	776,9	96,9
Февраль	732,7	99	784,2	97,8
Март	736,5	99,5	778,8	97,1
Апрель	740,3	100,1	777,9	97
Май	734,9	99,3	786,2	98
Июнь	743	100,4	795,2	99,1
Июль	743,3	100,5	769,4	95,9
Август	712,7	96,3	738	92
Сентябрь	670,4	90,6	699,6	87,2
Октябрь	644,4	87,1	630,6	78,6

На основании приведённой таблицы можно сделать вывод, что в последнее время цены на так называемое «чёрное золото» характеризуются тенденцией к снижению на фоне дисбаланса: избыточного предложения на рынке. Как считают эксперты, избыток нефти на мировом рынке будет возрастать. За последнее время мировые цены на нефть снизились более чем на 1/6. В частности, значительное падение было зафиксировано после решения стран-членов ОПЕК сохранить квоту на добычу нефти на уровне 30 миллионов баррелей в день [4, с. 156].

Министром энергетики Саудовской Аравии Али Аль-Наими в ходе конференции было заявлено, что нефтяные рынки скоро восстановятся после падения цен, а стоимость ресурса возрастет. Одна из причин снижения цен на нефть, по мнению Аль-Наими, заключается в недостаточном взаимодействии между странами – производителями нефти, не входящими в ОПЕК, недостатке информации и корыстных мотивах спекулянтов [1, с. 46].

Мировые поставки нефти в 2016 г. имели достаточно низкий уровень роста по сравнению с последними годами. Можно отметить снижение темпов роста мирового спроса на нефть. Ускорение глобального спроса ожидается в 2017 г.

В отличие от других секторов современной экономики, нефтяная промышленность является многоотраслевой. Потребление нефти – это замыкающее звено длинной цепи последовательных технологических этапов, которые подразумевают поиск и разведку месторождений, добычу нефти из недр, транспортировку её по нефтепроводам и морем, переработку нефти на специальных заводах и, наконец, сбыт продуктов нефтепереработки посредством особой торговой сети потребителям.

Необходимо отметить, что в отличие от других отраслей нефтяная промышленность по своей природе связана с большими рисками, которые обусловлены неопределённостью процессов как поиска и разведки месторождений, так и достижениями ожидаемых объёмов добычи, это накладывает определенные особенности. Все технологические этапы данной отрасли требуют огромных и долгосрочных капиталовложений и в первую очередь из собственных средств нефтяных компаний, понят-

но, что не каждая компания имеет такие возможности. Процесс мобилизации финансовых ресурсов в таких масштабах по силам лишь крупным промышленно-финансовым группам.

К тому же, ни одна отрасль промышленности в мире, кроме нефтяной, не оказывает такое существенное влияние на процессы развития мировой экономики (промышленное производство, транспорт, финансы и торговлю) и мировой политики.

Полный комплекс всех перечисленных выше характеристик нефтяной промышленности превращает её в один из важнейших факторов развития мировой экономики и международных отношений, что непосредственно влияет и на политическую обстановку. Ситуация на мировом рынке нефти меняется так быстро, а международные проблемы, которые порождаются борьбой самых разнообразных сил за обладание данным уникальным стратегическим товаром, постоянно вызывают широкий резонанс во всём мире, что интерес и внимание в мире к этой проблеме не ослабевает. Процесс изучения воздействия нефтяного фактора на мировые экономические и политические процессы наделён важнейшим значением для понимания характера и направления мирового развития как в целом, так и для отдельно взятых стран.

Таким образом, в заключении можно отметить следующие особенности современного состояние товарного рынка нефтепродуктов и нефти:

- ВИНК – это основные субъекты российского нефтяного бизнеса, им принадлежат ведущие позиции в нефтедобыче, переработке и сбыте нефтепродуктов;
- независимые участники характеризуются определёнными позициями на рынке нефтепродуктов в розничном звене и лишь в отдельных регионах страны;
- ВИНК наделён достаточным объёмом свободных ресурсов нефтепродуктов для реализации их как напрямую независимым потребителям, так и по биржевым технологиям;
- развитие биржевой торговли нефтепродуктами – это важное условие прозрачности ценообразования и укрепления конкурентных основ топливного рынка в стране.

#### Литература

1. Гаврилина Е.А. Система договорных связей на розничном рынке нефтепродуктов // Предпринимательское право. – 2015. – № 2. – С. 42–47.
2. Гаврилина Е.А., Лахно П.Г. Правовое обеспечение становления и развития энергетических рынков в России (нефти, нефтепродуктов и природного газа) // Предпринимательское право. – 2012. – № 3. – С. 46–54.
3. Ергин Д. Добыча. Всемирная история борьбы за нефть, деньги и власть. – М.: Альпина Паблишер, 2012. – 196 с.
4. Козеняшева М.М. Особенности производства и реализации на внутреннем рынке Российской Федерации // Вопросы экономики и права. – 2016. – № 4. – С. 152–157.
5. Лахно П.Г. Правовые вопросы становления и трансформации нефтегазового рынка в условиях финансового кризиса и после него. – М.: Юрист, 2010. – 231 с.
6. Шмидт Ю.В., Гайнулина Э.З., Тагирова А.В. Сибирь – кладовая природных ресурсов // Современная наука: проблемы и пути их решения: Сборник материалов Международной научно-практической конференции; Западно-Сибирский научный центр; Кузбасский государственный технический университет имени Т.Ф. Горбачева. 2015. С. 572–576.

УДК 332

*Е.В. Фомичева, студент*

*Ю.Г. Оноприенко, канд. экон. наук*

*г. Волгоград, Волгоградский государственный технический университет*

## МАРКЕТИНГОВАЯ СТРАТЕГИЯ РАЗВИТИЯ ВОЛГОГРАДСКОЙ ОБЛАСТИ

В современных условиях маркетинговая стратегия развития региона является неотъемлемой частью региональной экономической политики. Благодаря региональному маркетингу формируется определенный имидж региона, повышается его конкурентоспособность, расширяются возможности участия региона в региональных, федеральных и международных программах. При этом под региональным маркетингом понимают совокупность мероприятий, целью которых является создание оптимальной модели развития региона, направленной на популяризацию уникальных особенностей региона [2].

Волгоградская область – достаточно развитый, и вместе с тем имеющий целый комплекс проблем регион. Правильно разработанная стратегия развития региона позволит решить наиболее острые проблемы, что способствует дальнейшему развитию региона.

К основным целям маркетинговой стратегии развития территории г. Волгограда до 2020 года относятся:

- популяризация уникальных преимуществ г. Волгограда;
- устойчивый рост конкурентоспособности региона в системе территориального разделения труда посредством качественного улучшения делового, инвестиционного, инновационного, культурного, научного, спортивного и рекреационного имиджа Волгограда на различных уровнях.

Для достижения намеченной цели маркетинговой стратегии необходимо решить следующие задачи:

1. В краткосрочной перспективе – формирование позитивного образа города, увеличение числа положительных упоминаний в средствах массовой информации.
2. В среднесрочной перспективе – создание и активное продвижение репутации Волгограда, формирование устойчивых позитивных ассоциаций с деятельностью Волгограда у всех сегментов целевых потребителей [1].
3. В долгосрочной перспективе – кардинальное позитивное изменение инвестиционного климата Волгограда, укрепление репутации муниципальной власти, улучшение внутреннего социального климата, создание основы конкурентоспособного устойчивого развития.

В целом маркетинговая стратегия развития Волгоградского региона представляет собой систему конкретных маркетинговых стратегий (рис 1).

Туристско-рекреационная маркетинговая стратегия. Ее целью является формирование образа Волгограда как туристско-рекреационного центра Юга России, как туристического центра на федеральном и международном уровнях, а также как военно-исторического мемориального комплекса. Для достижения намеченной цели, необходимо решить ряд задач:

- увеличение «въездного» туристического потока, как межрегионального, так и международного;
- использование исторического потенциала Волгограда для повышения военно-исторического и патриотического туризма;
- диверсификация туристских услуг Волгограда в направлениях развития рекреационного, экологического, этнического, экстремального, делового, событийного (фестивального, выставочного и т.д.), спортивного туризма.

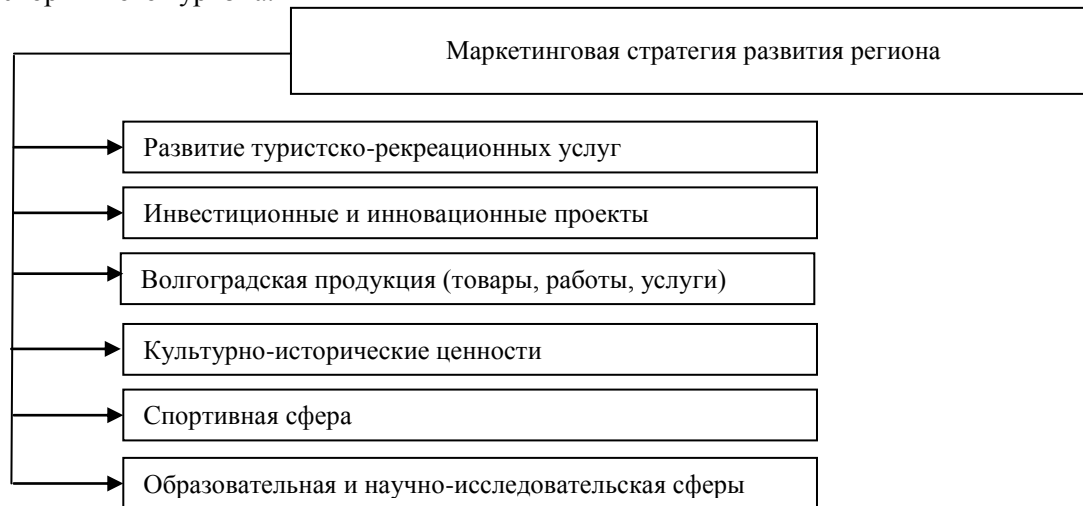


Рис. 1. Маркетинговая стратегия развития региона [1]

Для успешной реализации данной стратегии должен быть максимально выполнен намеченный комплекс мероприятий краткосрочного и долгосрочного характера. Это прежде всего усиление рекламы местного туризма; благоустройство парковых, рекреационных и спортивных зон; реставрация и ремонт памятников культуры и др.

По результатам данной стратегии должны получить конкурентоспособный туристический кластер, что обеспечит увеличение туристического потока в регион.

Инвестиционная маркетинговая стратегия. Ее цель – продвижение инвестиционных и инновационных проектов предприятий Волгограда на межрегиональные и зарубежные рынки. Основные задачи:

- расширение круга потребителей маркетинговой информации о предприятиях Волгограда, реализующих инвестиционные и инновационные проекты;

- осуществление маркетингового сопровождения инноваций и их коммерциализации;
- создание единого бренда волгоградских производителей инновационной продукции в целях повышения узнаваемости их брендов.

Комплекс мероприятий, способствующий достижению намеченной цели, включает в себя разработку программы поддержки развития инновационных предприятий при высших учебных заведениях, создание регионального центра наноиндустрии «Инноватика», стимулирование роста количества проводимых конкурсов и выставок инновационных проектов по различным сферам разработок и обеспечение их информационно-рекламной поддержкой и др.

Все эти мероприятия должны сформировать позитивную информационную среду, обеспечивающую повышение объемов сбыта инвестиционной и инновационной продукции.

Маркетинговая стратегия волгоградской продукции. Цель данной стратегии – создание благоприятных условий для сбыта товаров и услуг волгоградских предприятий.

К основным задачам можно отнести:

- ориентир на современные виды бизнеса;
- повышение конкурентоспособности товаров и услуг, производимых Волгоградскими предприятиями;
- создание качественной информационно-рекламной среды реализации местной продукции;
- развитие инфраструктурной базы торговой деятельности.

Для активного продвижения продукции местных производителей необходима реализация таких мероприятий, как активное взаимодействие с розничными сетями по продвижению волгоградских брендов, формирование бренда «Сделано в Волгограде», информационная поддержка и развитие «зеленых» ярмарок, расширение различных форм электронной торговли с использованием сети Интернет и др.

Этот комплекс мероприятий позволит увеличить сбыт волгоградской продукции, а также будет способствовать формированию современной торгово-сервисной инфраструктуры.

Культурно-историческая маркетинговая стратегия. Целью данной стратегии является продвижение культурно-исторических ценностей Волгограда на внутренний и внешний рынок. К основным задачам относятся:

- расширение доступа всех жителей Волгограда к культурным ценностям;
- повышение качества и разнообразия услуг социокультурной инфраструктуры;
- совершенствование инфраструктуры досуга жителей Волгограда;
- формирование эстетического облика Волгограда.

Комплекс мероприятий, направленный на достижение поставленной цели включает в себя совершенствование инфраструктуры досуга жителей Волгограда; проведение ежегодных специализированных мероприятий; введение в школьную программу факультативного курса «Волгоградоведение» и пр.

Главным итогом данной стратегии является развитие культурного потенциала и сохранение культурного наследия города, что поспособствует преемственности развития культуры наряду с поддержкой многообразия культурных инноваций.

Маркетинговая стратегия спортивной сферы. Её цель – изменение отношения в обществе к спорту, популяризация физической культуры и спорта. Согласно данной стратегии, необходимо решить ряд следующих задач:

- удержание доли услуг физической культуры и спорта в Волгограде в общем объеме услуг;
- повышение конкурентоспособности физкультурно-спортивных услуг;
- развитие предложения услуг физической культуры и спорта.

Комплекс мероприятий включает в себя организацию массовой пропаганды здорового образа жизни, создание концепции размещения наружной социальной рекламы, пропагандирующей здоровый образ жизни и пр.

К основным ожидаемым эффектам данной стратегии можно отнести – массовое распространение здорового образа жизни, а также увеличение количества спортивных учреждений.

Маркетинговая стратегия научно-образовательной сферы. Цель данной стратегии – укрепление имиджа и статуса сферы науки и образования. Ключевые задачи:

- повышение престижа высшего и профессионального образования;
- создание условий для привлечения молодежи в сферы науки, образования и высоких технологий;
- повышение имиджа ведущих научных школ Волгограда.

Мероприятия, которые способствуют достижению цели: разработка и реализация программы социальной поддержки талантливой научной молодежи; создание высокого общественного статуса научного работника и коллективов, работающих в сфере науки, создание Волгоградского совета молодых ученых как общественной организации и пр.

В результате данной стратегии повысится престиж образования и качество предоставляемых образовательных услуг.

В заключении хотелось бы отметить, что, безусловно, реализация данной стратегии на территории Волгоградской области возможна только при условии согласования деятельности служб на всех уровнях управления, а также достаточного финансирования ранее перечисленных мероприятий. Только при этих условиях возможно достижение намеченных стратегических целей развития на региональном уровне.

#### **Литература**

1. Постановление Администрации Волгоградской области № 3072 «Об утверждении маркетинговой стратегии развития территории городского округа город-герой Волгоград до 2020 года» от 10. 2011 года [Электронный ресурс]. URL: <http://docs.pravo.ru/document/view/20461165/> (дата обращения: 20.03.2017).

2. Шишкин А.В. Региональный маркетинг: проблемы формирования и функционирования // Современные проблемы науки и образования. – 2006. – № 1. – С. 107-108. URL: <https://science-education.ru/ru/article/view?Id=122> (дата обращения: 20.03.2017).

**УДК 330.4**

***Ю.А. Фридман, студент***

*Научный руководитель: А.И. Безруков, канд. экон. наук, доцент  
г. Саратов, Саратовский социально-экономический институт (филиал)  
Российского экономического университета им. Г.В. Плеханова*

## **ПРИМЕНЕНИЕ МАТЕМАТИЧЕСКИХ МЕТОДОВ И МОДЕЛЕЙ ПРИ РЕШЕНИИ ЭКОНОМИЧЕСКИХ КЕЙСОВ**

Актуальность данной темы заключается в том, что в настоящее время при изучении математических дисциплин студенты экономических специальностей сталкиваются с недостаточным пониманием всей важности изучения теории. Понимание значимости математики и реальные знания можно получить только при применении этих знаний для решения конкретных экономических задач [1, с. 81]. В настоящее время для этих целей используются бизнес-кейсы.

Бизнес кейс – это модель реальной бизнес задачи, требующая экономических и управленческих решений со стороны менеджмента компании. Студенты могут принять участие в решении бизнес кейсов [4, с. 85] что способствует не только более глубокому и всестороннему изучению проблемы, но и погружению в реальную жизнь компании [5, с. 121]. Обучающиеся становятся участниками сложных бизнес решений, от которых зависит прибыль и успех компании на рынке. Для раскрытия темы кейса необходимо изучить большой массив информации. Научиться искать и анализировать ситуацию по проблеме на различных сегментах рынка. Предвидеть возможные действия конкурентов. Причем, на изучение кейса дается определенный временной промежуток. Поэтому, в данной ситуации развиваются и аналитические навыки, самоорганизация, и повышается уровень экономических знаний.

Рассмотрим типовые проблемы, встречающиеся при решении кейсов.

Допустим, необходимо принять решения по скрытому параметру. При этом, мы можем только предполагать наличие этих зависимостей. Нам требуется: выделить список параметров, действительно влияющих на наш; доказать наличие этого влияния; по возможности удалить из списка параметры, влияние которых несущественно. Формирование подобного списка параметров, влияющих на наш параметр возможно только на содержательном уровне. А вот доказать наличие зависимости можно с помощью критерия Фишера.

F – критерий Фишера является параметрическим критерием и используется для сравнения дисперсий двух вариационных рядов. Эмпирическое значение критерия вычисляется по формуле:



$$F_{\text{эмп}} = \frac{\sigma_1^2}{\sigma_2^2}, \quad (1)$$

$\sigma_1^2$  – большая дисперсия,

$\sigma_2^2$  – меньшая дисперсия рассматриваемых вариационных рядов.

Если вычисленное значение критерия  $F_{\text{эмп}}$  больше критического для принятого уровня значимости и соответствующих чисел степеней свободы для числителя и знаменателя, то дисперсии считаются различными. Иными словами, проверяется гипотеза, состоящая в том, что генеральные дисперсии рассматриваемых совокупностей равны между собой:  $H_0 = \{D_x = D_y\}$ .

Когда список влияющих параметров сформирован, мы можем найти формулу, связывающую значение латентного параметра с влияющими параметрами. Простейший вид зависимости – множественная регрессия. Смысл регрессионного анализа сводится к построению функциональных зависимостей между двумя группами переменных величин  $X_1, X_2, \dots, X_n$  и  $Y$ . При этом речь идет о влиянии переменных  $X$  (это будут аргументы функций) на значения переменной  $Y$  (значение функции). Переменные  $X$  мы будем называть факторами, а  $Y$  – откликом. Например, на стоимость проезда влияет цена за километр, время пути и т.д. Чаще всего используются две модели регрессии линейная и мультипликативная. Главное отличие первой модели от второй в том, что в линейной регрессии факторы выражены в их фактических значениях, а в мультипликативной модели они логарифмируются.

С помощью регрессии в бизнес кейсе потенциально можно сделать прогноз параметров, но при одном условии – наличии исторических данных, за большой период времени (минимум за 5 лет) [3, с. 181].

Неопределенность будущего – это вторая, наиболее встречающаяся проблема в кейсах. В процессе планирования и принятия решений необходимо знать, каким будет окружение нашего бизнеса, а именно состояние рынка, конкурентов, покупателей [2, с. 154]. Наиболее удобным методом учета различных сочетаний будущих событий является сценарное планирование – это метод, который подразумевает разработку альтернативных вариантов будущего развития внешней среды компании по определенным сценариям [6, с. 64]. Как правило, это пессимистический, умеренный и оптимистический сценарии. В первом случае, все будет развиваться наихудшим образом. Во втором случае, изменения факторов будут соответствовать линиям их трендов. В третьем случае, все факторы будут изменяться наиболее благоприятным образом.

Предположим, перед нами стоит следующая задача. На рынке дорогих средств по уходу за собой появился конкурент – производитель шампуней «Dua». Он начал вести ценовую войну и установил самую низкую цену на свой продукт в размере 700 рублей. Менеджмент компании принял решение создать проект модификации шампуня под названием «Fresh» и решить будет ли он конкурентоспособным. В связи с этим возникла необходимость спрогнозировать цену нашего шампуня (например, до 2021 года), чтобы понять стоит ли запускать его на рынок.

За основу были взяты исторические данные шампуня – аналога «Fresh» за последние 11 лет, которые влияют на цену. Они делятся на две основные группы микроэкономические к ним относятся постоянные и переменные издержки производства на единицу продукции ( $K$ ), маркетинговые затраты на единицу продукции ( $M$ ) и макроэкономические факторы численность целевой аудитории ( $Q$ ), инфляция в РФ ( $I$ ) и налог на добавленную стоимость ( $VAT$ ), но последний фактор не будет изменяться с течением времени, поэтому его можно не учитывать. На основании этих данных составим таблицу.

Для всех остальных факторов ( $K, M, Q, I$ ) построим линейную и мультипликативную модели регрессии. Линейная модель выглядит следующим образом:

$$C(Y) = A_0 + \sum_{i=1}^4 A_i \cdot Y + \varepsilon \quad (2)$$

где  $Y$  – год;  $C(Y)$  – стоимость шампуня в год  $Y$ ,  $A_0, A_1, A_2, A_3, A_4$  – коэффициенты регрессии. Тогда мультипликативная модель будет иметь вид:

$$\ln(C(Y)) = a_0 + \sum_{i=1}^4 a_i \cdot Y + \varepsilon \rightarrow C(Y) = \exp(a_0 + \sum_{i=1}^4 a_i \cdot Y + \varepsilon) \quad (3)$$

Главное отличие первой модели от второй в том, что в линейной регрессии факторы выражены в их фактических значениях, а в мультипликативной модели они логарифмируются.

Прежде чем прогнозировать данные необходимо проверить валидность линейной и мультипликативной моделей. Поэтому, необходимо вычислить оценки по каждой из них и сравнить их. Для этого вычислим суммы квадратов разностей фактической цены и ее оценки по каждой модели.

Из расчетов видно, что для линейной модели (ЛМ) эта сумма меньше. Значит, данная модель подходит больше, чем мультипликативная. Для наглядности построим график ретро-прогноза.

Следующим шагом необходимо проверить гипотезу о существовании зависимости между ценой шампуня и факторами, которые мы выбрали. Для этого используем критерий Фишера. По условию нам даны 11 строк данных, а степеней свободы всего 6 ( $F=6$ ).

Таким образом, мы убеждаемся, что с 99% вероятностью зависимость цены от выбранных факторов есть. Поэтому, мы принимаем решение использовать линейную модель.

Для прогнозирования значений факторов сначала воспользуемся анализом трендов. Тренд – это линия, отражающая зависимость фактора от времени за наблюдаемый период. Построим график зависимости фактора «Постоянные и переменные издержки производства» за 2006–2016 гг. Также построим линейный тренд для этого графика. Линия тренда показывает общую тенденцию к повышению издержек. Это подтверждает низкое значение коэффициента конкордации  $R=0,14$ . По аналогии построим график затрат на маркетинг, численности целевой аудитории и инфляции в РФ.

Единственный вывод, который можно сделать из этих графиков, что издержки производства медленно растут, а затраты на маркетинг падают. Численность целевой аудитории после бурного роста в начале периода колеблется между 500 и 650 млн чел.

Возникает необходимость оценить насколько зависимы данные факторы между собой. Для этого построим матрицу коэффициентов корреляции.

Исходя из матрицы видно, что постоянные и переменные издержки и затраты на маркетинг имеют отрицательную корреляцию, т.е. при росте одних, вторые, скорее всего падают. Это объясняется тем, что оба вида затрат в сумме не должны превышать доход.

После того, как мы убедились в том, что взаимосвязь между прогнозируемым фактором и другими существует. Можно применить метод сценарного моделирования. Он включает в себя создание трех основных сценариев, но их может быть и больше в зависимости от прогноза, влияющих факторов [7, с. 41]. В качестве оптимистического сценария возьмем факторы, которые будут изменяться наиболее благоприятным образом. Чтобы построить подобные сценарии нужно договориться, что будет хорошим исходом. Если рассматривать ситуацию с точки зрения производителя шампуня, то это скорее всего будет рост прибыли. Это означает, что затраты не увеличиваются, целевая аудитория не уменьшается, а рост доходов превышает рост инфляции.

Предположим, что постоянные и переменные издержки останутся на уровне 2016 года (34 руб/шт), затраты на маркетинг также останутся на уровне 2016 года (25 руб/шт), численность целевой аудитории оценим, как среднюю по трем последним годам (581 млн чел.), а уровень инфляции соответствует предположениям Центрального Банка: 2017 – 5%; 2018–2021 – 4%. Затем необходимо спрогнозировать цену, рассчитав ее следующим образом: цена 2017 года =  $a_0 + K_{2017} * a_1 + M_{2017} * a_2 + Q_{2017} * a_3 + I_{2017} * a_4$ . Основываясь на предположениях, какие значения факторов мы можем ожидать в умеренном варианте прогноза, а какие в пессимистичном, мы можем спрогнозировать цену для соответствующей ситуации и года.

Таким образом, если ситуация будет развиваться, следуя оптимистическому прогнозу, то наша компания может запустить на рынок шампунь «Fresh» в среднем по цене 678 рублей и успешно конкурировать с шампунем «Dua», но вероятность того, что подобная ситуация произойдет крайне низкая (менеджмент компании конкурента может изменить ценовую политику, государство может ввести дополнительные налоги, сегмент обеспеченных людей может переключиться на более интересную рыночную новинку и т.д.). Для того, чтобы учесть те параметры, которые могут меняться хаотично, ведь ситуация на рынке крайне непредсказуема, существует другие многофакторные модели, позволяющие учитывать подобные явления.

Исходя из вышеизложенного, решение реальных экономических задач имеет несомненный положительный аспект в повышении качества знаний студентов. Дает возможность развивать практические навыки обучающихся и повышает конкурентоспособность будущих выпускников на рынке труда. Для высшего учебного заведения может стать большим достоинством в рейтинге наличие активного сообщества студентов кейс-клуба.

#### Литература

1. Антонова А.А., Кублин И.М., Махметова А.Е. Система менеджмента качества как фактор повышения конкурентоспособности предприятия // Известия Волгоградского государственного технического университета. 2015. № 3(158). С. 77–83.
2. Безруков А.И., Гусятников В.Н., Жилина М.А. Использование математических методов для систематизации объектов стандартизации // Вестник Саратовского государственного технического университета. 2013. Т.4. № 1(73). С. 151–155.

3. Безруков А.И., Погожилская Г.Г. Алгоритм визуализации статистики результатов выполнения тестовых заданий, накопленных в системе АСТ // Известия Российского экономического университета им. Г.В.Плеханова. 2015. № 4(22). С. 178–188.
4. Еремеев М.А., Кублин И.М. Формирование принципов обеспечения эффективности оплаты и стимулирования труда // Современная экономика: проблемы и решения. 2011. № 1(13). С. 83–92.
5. Санинский С.А., Кублин И.М., Солдатов И.В., Тинякова В.И. Опыт кафедральной научно-практической работы при разработке концепции лайт-инжиниринга // Успехи современной науки и образования. 2017. Т.3. № 2. С. 119–123.
6. Попкова Е.Г., Позднякова У.А., Шаховская Л.С., Орешина О.М. Сравнительный анализ научно-практических подходов к анализу и оценке интеллектуальных ресурсов // Известия Волгоградского государственного технического университета. 2015. № 15(179). С. 62–66.
7. Филиппов В.И. Сходимость рядов Фурье в классах неинтегрируемых функций // Наука и общество. 2011. № 1. С. 39–42.

**УДК 005.334:330.322.214**

***И.П. Фролова, магистрант***

*Научный руководитель: А.С. Соловьева, канд. экон. наук, доцент  
г. Волгоград, Волгоградский государственный технический университет*

## **РИСКИ ИНВЕСТИЦИОННЫХ ПРОЕКТОВ В СТРОИТЕЛЬСТВЕ**

В условиях нестабильной экономики инвестиционно-строительная деятельность в РФ связана с рисками. Говоря о рисках инвестиционных проектов в строительстве, необходимо дать характеристику и определить сущность понятия «инвестиции», что из себя представляют инвестиции и раскрыть понятие «инвестиционный проект». К инвестициям относят денежные средства, а так же ценные бумаги, имущественные права и другие права, подвергающиеся денежной оценке, вкладываемые в объекты предпринимательской деятельности с целью извлечения выгоды и достижения положительного экономического эффекта [1, с. 4]. В зависимости от сроков инвестиции делятся на следующие виды:

- краткосрочные (инвестирование средств на срок, не превышающий одного года);
- среднесрочные (инвестирование от одного года до пяти лет);
- долгосрочные (вкладываемые средства инвестируются на срок, более пяти лет) [2, с. 56].

Инвестиции, зависящие от доходности подразделяются на:

- высокодоходные (характеризуются высоким уровнем извлекаемой выгоды, значительно превышающей средний показатель доходности на рынке инвестиций);
- среднедоходные (доход от инвестиционной деятельности приблизительно равен среднему показателю доходности на рынке инвестиций);
- низкодходные (прибыльность от вложения инвестиций ниже среднерыночного инвестиционного показателя доходности);
- бездоходные (инвестиционный процесс в данном случае носит не коммерческий, а, скорее, социальный или экологический характер, т.к. извлечение выгоды от вложений инвестиций сводится к нулю) [3, с. 89].

Инвестиции в зависимости от уровня инвестиционного риска классифицируются:

- 1) безрисковые – вариант потери вкладываемых средств почти невозможен, инвестор имеет высокий уровень гарантии получения максимально возможной выгоды от вложения инвестиций;
- 2) низкорисковые – характеризуются более низким уровнем риска потери вложенного капитала, по сравнению со средним риском на рынке инвестиций;
- 3) среднерисковые – показатель риска приближен к среднему уровню риска на инвестиционном рынке;
- 4) высокорисковые инвестиции – уровень риска во много раз превышает средний показатель (к данному виду также можно отнести спекулятивные инвестиции, когда инвестор вкладывает средства в рискованные проекты для извлечения максимально возможной выгоды).

Инвестиционный проект представляет собой экономический или социальный проект, базой для которого служат инвестиции, в данном проекте приводится обоснование экономической целесообразности, сроков осуществления капитальных вложений, а также объемов прямых инвестиций. Инвестиционный проект включает в себя проектно-сметную документацию, расчёт финансовых и экономических показателей для определения сроков окупаемости проекта.

Существует несколько классификаций инвестиционных проектов. В зависимости от размера капитальных вложений различают:

1. крупные инвестиционные проекты (объем инвестиций превышает десятки миллиардов рублей);
2. средние инвестиционные проекты (размер инвестиций варьируется от сотен миллионов до миллиарда рублей);
3. мелкие инвестиционные проекты (от одного десятка миллионов рублей).

По срокам реализации инвестиционные проекты бывают:

- долгосрочные (свыше 15 лет);
- среднесрочные (от 5 до 10 лет);
- краткосрочные (сроком до 5 лет) [4, с. 15].

В зависимости от области реализации инвестиционные проекты классифицируют на: экологические, производственные, социальные, научно-технические и финансовые.

Зачастую инвестиционные проекты подвергаются разнообразным рискам, грозящим потерей части запланированной прибыли, либо полной потерей прибыли. Именно поэтому управление рисками инвестиционных проектов в настоящее время является актуальной темой для исследования учёных-экономистов.

Инвестиционная привлекательность проекта играет важную роль при ведении инвестиционной деятельности, способность привлечения инвестора вкладывать капитал в развитие производства. На примере отрасли строительства рассмотрим основные виды рисков инвестиционных проектов. Предприниматель сталкивается с рядом рисков:

1. Риск инвестора, характеризующийся потерей финансовых вложений в результате «заморозки» строительства, причинения вреда объекту предпринимательской деятельности. В роли инвестора может выступать как коммерческие организации, так и частные лица;

2. Риск застройщика представлен недостаточным спросом на возводимые объекты. На спрос в этом случае могут влиять разнообразные факторы: от недостаточной конкурентоспособности предприятия до нестабильной экономической ситуации в стране;

3. Риск заказчика: так как заказчик берет на себя функцию управления строительным проектом, то и несет все финансовые риски, принадлежащие инвестиционному проекту (риск упущенной выгоды, риск непредвиденного повышения цен на строительные материалы и т.д.);

4. Риск подрядчика заключается в том, что зачастую подрядчики берут на себя обязанности по выполнению работ, которые они не в состоянии выполнить, вследствие этого возникает риск недополучения прибыли или же отказ от участия в строительстве объекта [7, с. 52].

Также имеют место быть риски реализации строительных объектов. К этому типу относятся рыночные риски. Ввиду значительного влияния макроэкономических факторов (рыночная конкуренция, изменение курса валют, инфляция и т.д.) рынок недвижимости, несмотря на высокий уровень доходности может быть нестабильным. Известен тот факт, что цены на протяжении некоторого промежутка времени могут колебаться, как в сторону динамичного увеличения, так и наоборот, спада. По этой причине инвестор, принимая решение о вложении средств в проект, сроком свыше пяти лет, может попасть в невыгодную для себя ситуацию, в которой только высокая доходность от реализации проекта может помочь избежать потери планируемой прибыли.

Следующий тип рисков – риск выбора строительной площадки с технической и юридической стороны. Невнимательный подход к выбору строительной площадки при халатном отношении к земельному законодательству может повлечь за собой необходимость решения вопросов через судебные разбирательства. Также могут возникнуть трудности и с технической стороны. Так, например, в случае, если на строительной площадке будут обнаружены старые, но ещё функционирующие коммуникации, то их перекладка может поставить под сомнение целесообразность реализации всего проекта, а отказ инвестора от площадки не вернет ему вложенных средств.

Также риск может быть связан и непосредственно со строительным процессом. Довольно часто ввиду несвоевременного окончания сроков строительства происходит рост объема инвестиций, который не был изначально запланирован, и это оказывает значительное влияние на эффективность проекта. Сюда можно отнести и нецеленаправленное использование средств, взятых в кредит. Как правило, это происходит тогда, когда банк кредитует несколько строительных объектов и компании иногда за счет финансирования одного объекта пытаются исправить ошибки другого, что может привести к убыточности обоих проектов.

Следующая группа рисков связана с процессом формирования выручки инвестиционного проекта. Необходимо ответственно и расчетливо подходить к выбору плана реализации построенных

площадей или сдачи их в аренду. Неверная политика в этом вопросе приведет к осязаемому и значительному снижению эффективности строительного проекта [5, с. 34].

Наличие разнообразных рисков при реализации инвестиционных проектов требует к себе подхода, подразумевающего создание системы по управлению данными рисками. Необходимо верно определить тип риска, установить характер и степень воздействия риска на реализацию инвестиционного проекта и принять меры по аннулированию данного риска, необходимо создать такую систему риск-менеджмента, при которой вероятно ещё и извлечение выгоды для предприятия от воздействия риска.

Разработка программы по управлению рисками подразумевает под собой теоретическую освещённость о видах, причинах возникновения риска в строительстве, далее производится анализ эффективности инвестиционного проекта, рассчитываются финансовые показатели прибыльности и выявляются основные группы рисков, которым подвержен инвестор в виде потери своих капитальных вложений. Затем после выявления наступает этап разработки мер по минимизации воздействия риска, которыми могут являться: диверсификация, страхование и компенсация рисков [6, с. 86].

Перед тем, как вступать в конкурентную борьбу за покупателя на рынке строительства, нужно выяснить, будет ли пользоваться спросом предлагаемая продукция, каковы затраты и ее себестоимость, как привлечь инвесторов в свой проект и каким образом можно будет подстроиться под постоянно меняющиеся запросы покупателей. Только составив бизнес-план и создав стратегию развития можно избежать многих ситуаций, приводящих к снижению уровня прибыли или банкротству. Применение мер по управлению рисками при реализации инвестиционных проектов позволит строительной организации динамично расти и стабильно функционировать на рынке строительных материалов и услуг.

#### Литература

1. Алексеева И.В. Электронная инфраструктура бизнеса и проблемы стабилизации экономики / И.В. Алексеева, Г.Б. Клейнер, Н.Н. Садыков // Экономическая наука современной России. – 2012. – № 3. – С. 74.
2. Беленький В.Х. Предпринимательство: развитие, природа, проблемы / В.Х. Беленький, В.Ф. Паульман // Социол. исслед. – 2012. – № 10. – С. 211.
3. Бельских И.Е. Стратегия развития потребительского патриотизма в России на основе деловой этики предпринимателей // Нац. интересы: приоритеты и безопасность. – 2013. – № 19. – С. 146.
4. Бизнес и власть в России: формирование благоприятного инвестиционного и предпринимательского климата / ред. А.Н. Шохин. – М.: НИУ ВШЭ, 2015. – 460 с.
5. Блинов В. Строительный бизнес на пути к саморегулированию // Стандарты и качество. – 2014. – № 11. – С. 79.
6. Шлопаков А.В. Управление рисками при реализации инвестиционных строительных проектов // Журнал «Российское предпринимательство». № 3(225). 2013 февраль. ООО Издательство «Креативная экономика», 2013. – С. 325.
7. Шлопаков А.В., Евдокимова Т.В. Теоретические основы управления инвестиционными рисками в строительном комплексе // Образование и наука: современное состояние и перспективы развития: сборник научных трудов по материалам Международной научно-практической конференции (28 февраля 2013 г.): в 10 частях. Часть 4 / М-во обр. и науки РФ, Тамбов: Изд-во ТРОО «Бизнес-Наука-Общество», 2013. – С. 158.

УДК 657.6.012.16

*А.В. Хабарова, студент*

*Научный руководитель: В.Ю. Епанчинцев, канд. экон. наук, доцент  
г. Омск, Омский государственный аграрный университет им. П.А. Столыпина*

## АУДИТ ГОТОВОЙ ПРОДУКЦИИ И ЕЕ ПРОДАЖИ

Прежде чем говорить о том, что же такое аудит учета готовой продукции, стоит разобраться с понятием аудита. На территории нашей страны аудит – это контроль за хозяйственной деятельностью предприятия. С развитием рыночных отношений бухгалтерам приходилось знакомиться с множеством нормативных актов и законопроектов, которые регулировали все правовые аспекты хозяйственной деятельности. В них были отражены такие критерии работы предприятий, как бухгалтерский учет, отчетность, критерии налогообложения, процессы формирования себестоимости той или иной продукции.

Нормативные документы дополняются новыми положениями, претерпевают изменения, причем происходит это довольно часто. К сожалению, не всегда налогоплательщики успевают отслеживать эти изменения. Именно поэтому и устанавливаются некоторые нарушения, в основном, конечно,

непредумышленные, в работе с некоторыми нормативными документами. Поэтому совершенно логично создать форму контроля за деятельностью хозяйствующих субъектов, причем он обязан осуществляться не со стороны государства. Нужно учесть, что такая форма контроля должна включать в себя консультации по всем вопросам, которые касаются организации и ведения учета бухгалтерии, бухгалтерской отчетности, а также методов повышения эффективности коммерческой деятельности. Именно такой формой и стал аудит готовой продукции. Он помогает значительно снизить риски индивидуальных предпринимателей и предприятий.

**Цель** аудиторской проверки учета готовой продукции и ее продажи – составление обоснованного мнения о достоверности и полноте информации о готовой продукции, выручке от ее реализации, себестоимости проданной продукции и прибыли (убытка) от реализации, отраженной в финансовой (бухгалтерской) отчетности проверяемой организации и пояснениях к ней.

Для достижения поставленной цели аудитору необходимо:

- а) оценить систему внутреннего контроля аудируемого лица;
- б) определить методы проверки;
- в) разработать программу аудиторских процедур по существу.

Процесс аудита готовой продукции и продажи условно можно разделить на три основных этапа:

- 1) ознакомление;
- 2) основная часть;
- 3) заключение.

На этапе ознакомления аудитор изучает все предоставленные бухгалтерские отчетности и записи, а также устанавливает соответствие данных в ведомостях данным бухгалтерского баланса. Помимо этого, аудитор должен убедиться в том, что данные о суммах реализации отражены в отчете о финансовых результатах в полном объеме. Также на этом этапе проводятся аналитические процедуры, и проверяется, насколько правильно в учетной политике предприятия зафиксирован способ оценивания готовой продукции.

На основном этапе аудитору необходимо удостовериться в правильности составления и отбраковки всех бухгалтерских проводок, в соблюдении порядка отражения всех операций. При наличии каких-либо отклонений проверяется, насколько правильно распределены суммы этих отклонений между проданным товаром и его остатками на складе.

На заключительном этапе, когда завершены все проверки, аудитору необходимо сформировать пакет документов, включающий в себя:

- 1) аудиторское мнение по результатам проведенной проверки;
- 2) отчет проверки;
- 3) рекомендации аудитора [4, с. 282].

Все вышеперечисленные документы передаются лицу, руководящему проверкой, вместе с проверенной рабочей документацией.

Аудитору следует установить основные направления внутреннего контроля:

- оценка правильности и своевременности документального оформления операций и обеспечения достоверных данных по поступлению и выбытию готовой продукции;
- проверка правильности исчисления фактической себестоимости готовой продукции, расчетов, а также списания сумм отклонений фактической себестоимости от плановой;
- оценка обеспечения сохранности готовой продукции в местах ее хранения и на всех этапах ее движения;
- проверка соблюдения установленных организацией норм материальных запасов, обеспечивающих бесперебойный выпуск продукции;
- оценка полноты и своевременности оприходования готовой продукции на склад и ее списания;
- проверка учета выпуска готовой продукции, ее отгрузки и продажи;
- проверка правильности исчисления выручки от реализации продукции, управленческих и коммерческих расходов, прибыли (убытка) от реализации;
- соответствие показателей отчетности данным синтетического и аналитического учета;
- проверка соблюдения налогового законодательства в части налогообложения операций по реализации готовой продукции;
- проведение анализа эффективности использования запасов готовой продукции.

При учете и аудите готовой продукции необходимо руководствоваться следующими законодательно-нормативными документами:

- Положение по бухгалтерскому учету «Учет материально-производственных запасов» (ПБУ 5/01);
- Методические указания по инвентаризации имущества и финансовых обязательств.
- Методические указания по бухгалтерскому учету материально-производственных запасов [5, с. 276].

В процессе аудита учета готовой продукции система внутреннего контроля экономического субъекта оценивается с точки зрения надежности, качества и степени доверия. При этом следует учитывать, что необходимыми предпосылками действенного контроля за сохранностью готовой продукции являются:

- а) а) наличие оборудованных складов и кладовых или специально приспособленных площадок (для запасов открытого хранения);
- б) размещение запасов по секциям складов, а внутри них по отдельным группам таким образом, чтобы была обеспечена возможность их быстрой приемки, отпуска и проверки наличия;
- в) исправность весоизмерительного оборудования в местах хранения запасов, наличие необходимых измерительных приборов и мерной тары. Данное условие предназначено только для тех, где готовая продукция в натуральном выражении оценивается в весовых или метрических единицах, в связи с этим не является обязательным;
- г) наличие строгого определенного круга лиц, ответственных за приемку и отпуск готовой продукции, за правильное и своевременное оформление этих операций, а также за сохранностью введенных им запасов;
- д) определение перечня должностных лиц, которым предоставлено право подписывать документы на получение и отпуск со складов продукции, а также выдавать разрешения (пропуска) на вывоз продукции со складов и иных мест хранения;
- е) наличие списка лиц, имеющих право подписи первичных документов, утверждаемого руководителем организации по согласованию с главным бухгалтером [3, с. 143].

Для выполнения поставленных программой задач используются следующие основные **источники информации**:

1) первичные документы:

- приказ «Об учетной политике организации» и акты сдачи готовой продукции на склад;
- прейскуранты цен и договоры с покупателями;
- счета-фактуры и книга продаж;
- накладные на передачу готовой продукции в места хранения, товарные и товарно-транспортные накладные и фактические калькуляции себестоимости продукции;
- налоговые декларации и другие первичные документы.

2) регистры синтетического и аналитического учёта:

- главная книга и учетные регистры по счетам 20 «Основное производство», 40 «Выпуск продукции (работ, услуг)»; 43 «Готовая продукция»; 45 «Товары отгруженные»; 50 «Касса»; 51 «Расчетные счета»; 62 «Расчеты с покупателями и заказчиками»; 90 «Продажи».
- ведомости учета остатков товарно-материальных ценностей в местах хранения, ведомости выпуска готовой продукции, ведомости отгрузки и реализации готовой продукции, а также карточки складского учета готовой продукции и другие регистры.

3) финансовая (бухгалтерская) отчетность:

- бухгалтерский баланс;
- отчет о финансовых результатах;
- пояснительная записка к отчету.

Для обоснованного выражения своего мнения о правильности ведения бухгалтерского учета и достоверности бухгалтерской отчетности аудитор должен получить достаточные для этого аудиторские доказательства. В процессе их сбора аудитор может применить следующие **аудиторские процедуры** в соответствии с федеральным правилом (стандартом) аудита «Аудиторские доказательства»:

- 1) инспектирование (проверка записей, документов);
- 2) пересчет (проверка точности арифметических расчетов в первичных документах и бухгалтерских записях либо выполнение аудитором самостоятельных расчетов) [1].

Типичными ошибками и недостатками в процессе аудита готовой продукции и ее продажи являются:

- неправильное исчисление фактической себестоимости реализованной продукции;
- некорректная корреспонденция счетов при отражении в учете реализации продукции по бартеру, при осуществлении многостороннего зачета взаимных требований, и другим операциям;

- несоответствие оценки готовой продукции методу, установленному в учетной политике организации;
- отражение в учете как собственной готовой продукции, выработанной из давальческого сырья;
- неполное отражение в учете выпущенной продукции;
- несвоевременное отражение в учете отгруженной и реализованной продукции;
- завышение показателя выручки в случае отсутствия перехода права собственности, отсутствие хозяйственных операций по счету 45 в таких случаях;
- отсутствие инвентаризации готовой продукции;
- неприменение организацией специализированных форм первичной учетной документации по учету готовой продукции и ее реализации [2, с. 16].

Таким образом, следует отметить, что аудит готовой продукции является одной из обязательных процедур при проведении проверки бухгалтерской (финансовой) отчетности. Аудит должен быть осуществлен в соответствии с установленными законодательными актами правилами. В некоторых случаях проведение такого аудита является обязательным для определенного типа предприятий. Ответственность за достоверность представляемой информации всегда несет именно руководитель предприятия. Сама аудиторская проверка может осуществляться как специальным подразделением самого предприятия, так и сторонним учреждением, когда необходимо проведение независимого анализа.

#### **Литература**

1. Федеральный закон от 30.12.2008 N 307-ФЗ (ред. от 03.07.2016) «Об аудиторской деятельности» (с изменениями и дополнениями, вступившими в силу с 02.10.2016). Режим доступа: <http://www.consultant.ru>
2. Епанчинцев В.Ю. Бухгалтерская экспертиза оборотных активов в системе финансового контроля / В.Ю. Епанчинцев // Экономика и эффективность организации производства. – 2014. – № 20. – С. 15–19.
3. Епанчинцев В.Ю. Проведение бухгалтерской экспертизы оборотных активов в гражданском и арбитражном процессах / В.Ю. Епанчинцев // Проблемы и перспективы развития экономики и права в современных условиях: сборник научных трудов. – Горно-Алтайск: РИО ГАГУ, 2016. – С. 138–144.
4. Скларов И.Ю. Аудит [Электронный ресурс]: учебное пособие / И.Ю. Скларов, Ю.М. Скларова, Т.Ю. Бездольная и др.; под ред. И.Ю. Скларова. – Ставрополь, 2014. – 332 с. – Режим доступа: <http://znanium.com>
5. Суглобов А.Е. Аудит [Электронный ресурс]: Учебник для бакалавров / А.Е. Суглобов, Б.Т. Жарылгасова, В.Ю. Савин и др.; под ред. д. э. н., проф. А.Е. Суглобова. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2015. – 368 с. – Режим доступа: <http://znanium.com>

**УДК 336.14**

***З.И. Хайруллина, студент***

*Научный руководитель: Э.Р. Ковалева, канд. экон. наук, доцент  
г. Казань, Казанский инновационный университет им. В.Г. Тимирязева*

## **ОРГАНИЗАЦИЯ НАЛОГОВОГО КОНТРОЛЯ**

Актуальность темы исследования исходит от постепенного развития государственного налогового контроля; необходимости повышения эффективности налоговой системы России, преодоления имеющихся на данном этапе проблем и совершенствования существующих процедур и методов контроля над исполнением налогоплательщиками обязанностей по уплате налогов и сборов.

Налоговый контроль – это комплекс мер по проверке исполнения норм налогового права. Целью налогового контроля является выявление нарушений налогового законодательства. При этом налоговыми органами используются различные формы и методы контроля [3].

Важной проблемой налогового контроля является активное вмешательство налоговых органов в процесс исчисления и уплаты налогов налогоплательщиками. Являясь органом государственного финансового контроля, налоговый орган должен следить за соблюдением налогоплательщиками и налоговыми агентами норм налогового законодательства, не участвуя при этом в самом процессе.

В настоящее время в Российской Федерации накоплен значительный опыт проведения контрольных мероприятий. Между тем, потенциал для увеличения взимания налогов и контроля за соблюдением налогового законодательства за счет улучшения контрольных мероприятий в РФ достаточно высок. Причина недостаточной эффективности данных мероприятий вызвана, в основном, нечеткой регламентацией этих процедур [5].



В связи с этим, между налогоплательщиком и государством возникает конфликт, который негативно отражается на уровне налоговых доходов бюджета. Кроме того, проблема налоговых отношений влияет также и на работу налоговых органов при осуществлении ими контрольных мероприятий. Речь идет об определенных планах доначисления налогов и сборов, формирующихся перед каждой налоговой проверкой. Это обстоятельство отрицательно сказывается на качестве мероприятий налогового контроля, что выражается и в искажении роли и назначения налоговых органов в системе налоговых отношений, и в ухудшении качества контрольных мероприятий.

В налоговом законодательстве за последние несколько лет был установлен ряд нововведений. Например, в целях расширения и усиления налогового контроля в 2015 году введены следующие изменения [3]:

1. Плательщики, сдающие отчетность в электронном виде, должны также уведомить инспекцию о получении от нее требований, выслав квитанцию о получении. Иначе налоговая инспекция может заблокировать расчетный счет организации.

2. Налоговый контроль коснулся декларации по НДС. При установленных несоответствиях проверяющие вправе потребовать любые документы по облагаемым операциям, а также проводить осмотр территории и помещений организации.

3. Если гражданин имеет в собственности различные объекты имущества, но не получает извещения об уплате налогов, он должен сам сообщить об этом в инспекцию для целей налогового контроля.

4. Внедрение системы электронных касс предполагает передачу информации о расчетах в налоговую инспекцию в электронном виде через оператора фискальных данных, электронную регистрацию контрольно-кассовой техники без посещения налогового органа и без ее физического предоставления.

На наш взгляд, блокировка расчетного счета является слишком жесткой мерой ответственности, так как бухгалтер, если он один единственный на предприятии, по объективным причинам может отсутствовать на рабочем месте.

Считаем целесообразным введение осмотра помещений, однако это потребует дополнительных материальных, трудовых, финансовых затрат со стороны ФНС.

Физические и юридические лица теперь могут видеть свою «налоговую историю» на сайте ФНС РФ в сервисе «Личный кабинет налогоплательщика». Там имеется вся информация об объектах налогообложения, суммах налогов, о наличии переплат или недоимок. Этот сервис считается удобным, так как экономит время налогоплательщиков. Но, чтобы воспользоваться личным кабинетом, сначала надо обратиться в налоговую инспекцию для получения паролей. Данный способ доступа к информации делает ее конфиденциальной, таким образом посторонние лица не могут ее просмотреть.

Налоговый контроль теперь охватывает сбор такой информации, как факты заключения и расторжения браков, а также случаи установления и прекращения опеки.

Введение новой технологии электронной кассы дает дополнительную защиту прав налогоплательщиков и предоставляет возможность получения электронного чека у оператора фискальных данных по электронной почте, самостоятельной проверки легальности кассового чека через бесплатное мобильное приложение и в случае возникновения вопросов тут же написать жалобу в ФНС России.

С точки зрения государства ожидается легализации розничной торговли и сферы услуг и, соответственно, увеличение налоговых поступлений, а также оптимизация трудовых затрат за счет перехода на электронную регистрацию и сосредоточения внимания налоговых органов на зонах рисках.

Данные новшества свидетельствуют об ужесточении действующего законодательства

Одной из важных проблем государственного контроля налоговых правонарушений, ставшей, в том числе, причиной увеличения количества налоговых споров, рассматриваемых арбитражными судами, является проблема необходимости оценки добросовестности и разумности налогоплательщика, порождающая высокую долю субъективности в налоговом контроле. Данная проблема является центральной в системе налогового контроля, требующей обязательной регламентации законодательством. Предполагаем, что налоговые нормы должны быть максимально определенными, поскольку только в таком случае будет обеспечиваться их правильное понимание и применение как налогоплательщиками, так и органами государственной власти. При этом добросовестность налогоплательщика должна выражать общую концепцию развития налогового права. Среди проблем можно выделить такой показатель, как низкий уровень культуры уплаты налогов и сборов. Подобное положение обусловлено различным отношением налогоплательщиков к закрепленным Конституцией Российской Федерации правами и обязанностями граждан [2]. Установленная статьей 57 Конституции РФ обязанность каждого платить законно налоги и сборы не воспринимается в качестве источника для осу-

ществления государством своих функций и задач, в том числе по реализации государственных социальных программ, обеспечению исполнения конституционных прав граждан на достойное жилье, бесплатное образование, качественную медицину и т.д. [2]. Уплата налогов, чаще всего, воспринимается как отчуждение собственного имущества в пользу неопределенного субъекта. В связи с этим, между налогоплательщиком и государством возникает конфронтация, основанная на конфликте интересов, негативно отражающаяся на уровне налоговых доходов бюджета. С другой стороны, проблема налоговых отношений отражается также и на работе налоговых органов при осуществлении ими мероприятий налогового контроля.

В последние годы все чаще проводятся углубленные камеральные налоговые проверки, предусматривающие проверку дополнительных сведений о налогоплательщике, а также исследование важных документов бухгалтерского учёта.

Такие налоговые проверки охватывают большее количество налогоплательщиков. При проведении углубленной камеральной проверки затраты труда значительно ниже, чем при проведении выездных налоговых проверок, так как налоговый инспектор не выезжает на предприятие, а готовит документы непосредственно в налоговой инспекции [3].

Многие налоговые инспекции в России давно перешли на электронную систему обработки документов, позволяющую автоматизировать камеральные налоговые проверки, т.к. система осуществляет арифметический и логический контроль налоговой отчетности. При этом качество камерального контроля обеспечивает эффективность выездного контроля.

Основными путями решения проблем в области налогового контроля выступают следующие мероприятия:

- проведение мониторинга финансово-хозяйственной деятельности организаций, что позволит прогнозировать экономического состояния налогоплательщика, планировать суммы налоговых поступлений в будущем и увеличить собираемость налогов;
- в некоторых случаях, когда недобросовестный налогоплательщик не уделяет должное внимание налоговому планированию, и не принимает мер по предотвращению налоговых правонарушений, необходимо задействовать административную силу государственного принуждения.

В перспективе для достижения социально-экономической и бюджетной эффективности налогового контроля необходимо не только проведение комплекса контрольных мероприятий, осуществляемых налоговым органом, которые направлены на всестороннее изучение информации о налогоплательщике, соотношений финансовых результатов налоговой проверки и трудозатрат на ее осуществление, но и формирование адекватной системы оценки результативности и эффективности таких мероприятий. В настоящее время ведомственный регламент организации и проведения налоговых проверок практически не предусматривает анализ и оценку результатов проведенных проверок. В Федеральной налоговой службе оценка деятельности налоговых органов осуществляется в соответствии с Методикой оценки эффективности деятельности территориальных органов ФНС России. По итогам контрольной работы налоговые органы формируют и публикуют отчет по форме 2-НК «Отчет о результатах контрольной работы налоговых органов», который позволяет только по определенным критериям оценить результативность контрольных мероприятий.

По результатам контрольной работы налоговых органов можно сказать, что с каждым годом количество камеральных проверок растет, а количество выездных проверок, наоборот, снижается. Об этом свидетельствуют данные, представленные в таблице 1 и на рисунках 1 и 2.

Из таблицы видно, что большинство проверок составляют камеральные. Несмотря на снижение их количества в 2015 году, в 2016 году их количество все-таки растет, соответственно увеличивается и число выявленных нарушений.

За рассматриваемый период количество выездных проверок сокращается. Больше 95% проверок составляют выездные проверки организаций, индивидуальных предпринимателей и других лиц, занимающихся частной практикой.

Как видно, статистическая отчетность, публикуемая на сайте ФНС России, отражает отдельные результаты камеральных и выездных налоговых проверок, в то время как официальная отчетность, которая указывала бы на эффективность проводимых контрольных мероприятий, отсутствует. В связи с этим назрела необходимость разработки и внедрения системы показателей для оценки эффективности налогового контроля с целью принятия обоснованных управленческих решений по его дальнейшему развитию [5].

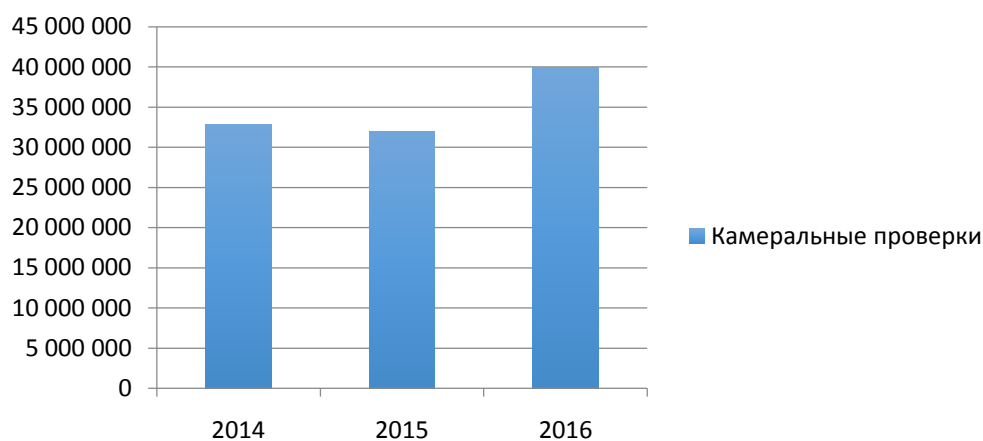


Рис. 1. Количество камеральных проверок в 2014–2016 гг.

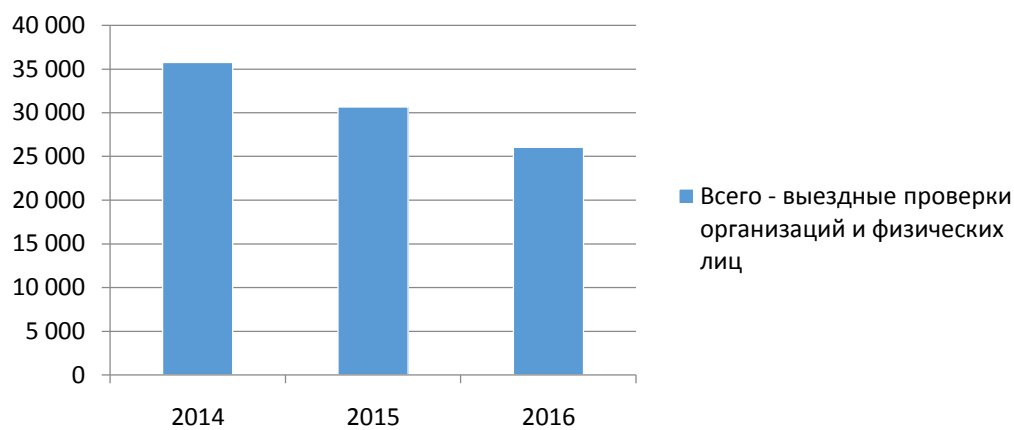


Рис. 2. Количество выездных проверок в 2014–2016 гг.

Таблица 1

**Результаты контрольной работы налоговых органов в 2014–2016 гг.**

Наименование показателей	Код строки	Количество единиц, 2014 г.	Количество единиц, 2015 г.	Темп роста, %	Количество единиц, 2016 г.	Темп роста, %
А	Б	1	2	3	4	5
Камеральные проверки	3010	32 869 851	31 932 317	97,15	39 977 913	125,20
из них: выявившие нарушения	3020	1 963 875	1 948 816	99,23	22 545 59	115,69
Выездные проверки организаций, индивидуальных предпринимателей и других лиц, занимающихся частной практикой	3040	34 245	29 393	85,83	24 879	84,64
из них: выявившие нарушения	3041	33 827	29 118	86,08	24 670	84,72
из строки 3040: проверки организаций	3045	29 458	26 192	88,91	22 594	86,26
из них: выявившие нарушения	3046	29 078	25 947	89,23	22 402	86,34
из строки 3040: проверки индивидуальных предпринимателей и лиц, занимающихся частной практикой	3050	4 787	3 201	66,87	2 285	71,38
из них: выявившие нарушения	3051	4 749	3 171	66,77	2 268	71,52
Выездные проверки физических лиц	3055	1 512	1 269	83,93	1 164	91,73
из них: выявившие нарушения	3056	1 487	1 228	82,58	1 126	91,69
Всего – выездные проверки организаций и физических лиц	3060	35 757	30 662	85,75	26 043	84,94
из них: выявившие нарушения	3061	35 314	30 346	85,93	25 796	85,01

Оценить в полном объеме не только результативность, но и эффективность контрольной работы налоговых органов позволяют качественные показатели организации и проведения налоговых проверок, которые отражают:

- степень охвата налогоплательщиков проверками (отношение количества налогоплательщиков, проверяемых в отчетном периоде к общему количеству налогоплательщиков, стоящих на учете в инспекции);
- нагрузку на специалистов налогового органа (отношение количества проведенных ВМП к численности специалистов налогового органа по основной деятельности);
- удельный вес дополнительно начисленных налогов и сборов в общей сумме налоговых поступлений в бюджет за определенный период времени;
- удельный вес взысканных налогов и сборов из всего объема доначисленных проверкой налогов и др.

Перспективным направлением налогового контроля в России является проведение налогового мониторинга, который основан на соглашениях о сотрудничестве между государством и налогоплательщиком. Применение такой формы взаимодействия как налоговый мониторинг позволит не только налоговым органам повысить эффективность налоговых проверок, но и крупнейшим налогоплательщикам снизить налоговые риски, количество судебных разбирательств, повысить инвестиционную привлекательность [1].

Исходя из вышесказанного, на современном этапе развития системы налогового контроля необходимо выделить существование ряда проблем, которые можно классифицировать на внутренние и внешние. Примером внутренних проблем является проблема налоговых отношений, актуальная как для налоговых органов, так и для налогоплательщиков. Внешние проблемы, в свою очередь, включают в себя недостаточно четкую регламентацию контрольных мероприятий, а также субъективных проблем, таких как необходимость использования личностных оценочных критериев при проведении мероприятий налогового контроля.

По нашему мнению, усиление работы аналитической составляющей деятельности налоговых служб позволит совершенствовать налоговый контроль. Возможно, что аналитика сможет простимулировать налогоплательщика к добровольному исполнению своих налоговых обязанностей.

Также целесообразно полагать, что для совершенствования налогового контроля необходимо внести изменения в Налоговый Кодекс в части правовых и организационных основ контрольной деятельности самих налоговых органов Российской Федерации. Важными пунктами в развитии методов регулирования налогового контроля должно стать изменение правового положения должностных лиц налоговых органов. В целях укрепления результативности контрольных мероприятий, необходимо усовершенствование налоговых процедур по применению административно-налоговых санкций.

Применение рассмотренных выше мероприятий позволит повысить результативность контрольных мероприятий налоговых органов, а соответственно, повысит собираемость налогов в целом по стране.

#### Литература

1. Комарова Е.И. Развитие налогового контроля в России и оценка его эффективности // Современные проблемы науки и образования. 2015. № 1. – Режим доступа: <http://www.science-education.ru/121-18570>
2. Конституция РФ: Федеральный конституционный закон РФ от 12 декабря 1993 г. // Российская газета. – 1993.
3. Лукьяненко Л.Ф., Михалева О.Л. Налоговый аудит – самостоятельное направление контроля // Экономика и предпринимательство. 2016. № 2-1 (67-1). С. 437-440. – Режим доступа: <http://elibrary.ru/item.asp?id=25694023>
4. Налоговый кодекс РФ (НК РФ). Часть 1 от 31.07.1998 № 146-ФЗ // Российская газета. – 1998. – Режим доступа: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_19671/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_19671/)
5. Саркисянц Г.В. Современные проблемы в организации налогового контроля и пути повышения эффективности налоговых проверок / Г.В. Саркисянц // Молодой ученый. – 2015. – № 4. – С. 421-423. – Режим доступа: <https://moluch.ru/archive/84/15642/>

## **СИСТЕМАТИЗАЦИЯ ПОДХОДОВ К ОПРЕДЕЛЕНИЮ ПОНЯТИЯ «ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ФИНАНСОВЫЙ КОНТРОЛЬ»**

Актуальность темы исследования обусловлена тем, что, несмотря на множество подходов экономистов к определению понятия государственного финансового контроля (ГФК), в России до сих пор нет законодательно закрепленного понятия. Критический анализ мнений различных авторов относительно понятия государственного финансового контроля позволил выявить определенные преимущества и недостатки в подходах каждого из них:

Так, Аллахвердян Д.А. под государственным финансовым контролем понимает составную часть государственного контроля, элемент всей системы экономического управления и планирования [1, с. 11]. Данное определение, на наш взгляд, не раскрывает сущности государственного финансового контроля, потому что, во-первых, рассматривает государственный финансовый контроль всего лишь как «элемент», «часть» общей системы финансового контроля, а не как саму систему. Во-вторых, не определены его виды, формы, методы и сферы проведения.

Ряд экономистов в своих определениях, в отличие от других авторов, рассматривают государственный финансовый контроль как деятельность государственных органов контроля [2; 5]. В первом случае это происходит за счет соответствующих организационных форм и методом, в других – за счет системы правовых действий. Данные определения, на наш взгляд, вызывают несколько объективных вопросов. Таких как, например: что мы понимаем под «специфическими» формами и методами, что мы относим к «основным» законам и кто вправе их определять, опирается ли деятельность того или иного контролирующего органа государственной власти на положения «основного» или «не основного закона»? И, наконец, под категорию «экономико-правовые действия» можно привести действия, не имеющие отношение к государственному финансовому контролю.

Грачева Е.Ю., Рыжкова Е.А., Толстопятенко Г.П. определяют государственный финансовый контроль как комплексную и целесообразную систему экономико-правовых действий конкретных органов государственной власти, базирующихся на положениях основных законов государства [2, с. 16].

Ялбулганов А.А. определяет государственный финансовый контроль как осуществляемую с использованием специфических организационных форм и методов деятельность государственных органов, наделенных законом соответствующими полномочиями в целях установления законности и достоверности финансовых операций, экономической эффективности деятельности и выявления резервов ее повышения, увеличения доходных поступлений в бюджет и сохранности государственной собственности [5, с. 2].

Ряд авторов придерживаются позиции, что государственный финансовый контроль это часть инструмента по проверке правильности использования государственных денежных потоков и ресурсов страны, его сохранение и увеличение [1–3]. По мнению Кузнецовой А.А. и Мельника Д.М. это достигается путем соблюдения нормативных актов и законодательства РФ. По мнению Селюкова М.В., Могилевской В.А., Могилевского А.С. это достигается путем государственной политики, регулирующей эффективность деятельности всех хозяйствующих субъектов. По мнению Васильевой М.В. данный инструмент выступает средством реализации государственной политики.

Кузнецова А.А., Мельник Д.М. считают, что государственный финансовый контроль – это совокупность действий и операций по контролю над соблюдением законодательства и нормативных правовых актов, норм, стандартов и правил по использованию государственных средств. Цель ГФК – недопущение нецелевого расходования и максимизацию поступлений денежных средств в казну [5, с. 95]. Стоит отметить, что в данном определении не конкретизируется законодательство, соблюдение которого должно быть проконтролировано.

Васильева М.В. под государственным финансовым контролем понимает функцию государственного управления, по отношению к которому он выступает средством и инструментом реализации государственной политики [6, с. 2]. В данном определении не конкретизированы функции управления, а также не прописан тип государственной политики.

Селюков М.В., Могилевская В.А., Могилевский А.С. утверждают, что государственный финансовый контроль имеет более широкое значение и его можно сформулировать как особую комплекс-

ную систему мер и инструментов государственной политики страны, направленных на регулирование и эффективное взаимодействие всех хозяйственных структур, независимо от форм собственности с целью увеличения и сохранения финансовых и иных ресурсов страны [7, с. 208]. Также стоит отметить, что если рассматривать данное определение с точки зрения видов государственного финансового контроля, то оно больше носит общегосударственный характер, что делает это определение более узким. В данном определении не указаны такие виды государственного финансового контроля как: бюджетно-финансовый и ведомственный.

Белуха Н.Т. под ГФК понимает систему наблюдений и проверки соответствия процесса функционирования управляемого объекта принятым управленческим решениям, определение результатов управленческих воздействий на управляемый объект путем выявления отклонений, допущенных в ходе выполнения этих решений [6, с. 2]. На наш взгляд, автор в данном определении не конкретизировал ни объект, ни субъект контроля, ничего не сказано про внутренний и внешний контроль. Определение больше носит абстрактный характер, представляет собой некий «шаблон», который можно применить к разным ветвям власти и к разным сферам деятельности управляемого объекта.

Ряд авторов отождествляют государственный финансовый контроль с бюджетным контролем [6, с. 2]. По мнению Химичевой И. это контрольные мероприятия, проверки, которые проводятся контрольными органами, в целях установления эффективности использования государственных и муниципальных денежных фондов.

Крикунов А.В., Павлов Л.Н. и Бабиц А.М. в отличие от других в своих определениях под государственным финансовым контролем понимают не конкретную сферу контроля, а несколько сфер, что делает их определения более емкими и общеприменимыми, которые в дальнейшем можно усовершенствовать и получить определение, которое будет подходить ко всем сферам деятельности государственного финансового контроля. Эти определения включают в себя такие аспекты контроля как бюджетный контроль, контроль за участниками рынка ценных бумаг, контроль за денежным обращением, а также контроль за соблюдением законодательства о противодействии отмыванию доходов и финансирования терроризма, однако не включает такие виды, как таможенный, налоговый и другие. Также подчеркнем, что Крикунов А.В. и Химичева И. в своих определениях государственный финансовый контроль выражают только одним из его методов – проверка: «совокупность мероприятий по проверке...» и «деятельность контрольных органов по проверке...» соответственно, а такие методы как ревизии и обследования не рассматривают, что делает их определения более узкими по значению.

Крикунов А.В. под государственным финансовым контролем понимает совокупность мероприятий по проверке полноты и своевременности формирования и использования бюджета на уровне РФ, так и субъектов РФ, а также международных финансовых обязательств, организации денежного обращения и рынка ценных бумаг, состояние государственного долга, эффективности использования государственных ресурсов всех видов [6, с. 2].

Павлов Л.Н., Бабиц А.М. считают, что государственный финансовый контроль – это совершение контрольной деятельности за исполнением федерального бюджета и бюджетов федеральных внебюджетных фондов, организацией денежного обращения, использованием кредитных ресурсов, состоянием внутреннего и внешнего государственного долга, государственных резервов [6, с. 2].

Химичева И. определяет государственный финансовый контроль как деятельность контрольных органов по проверке законности, целесообразности действий в области образования, распределения и использования денежных фондов государства и муниципальных образований в целях эффективного социально-экономического развития страны и ее регионов [6, с. 2]. Ковалева Э.Р. считает, что «...существенный вклад работ Химичевой Н.И. состоит в том, что автор расширил перечень объектов финансового контроля. В качестве объектов контроля она предлагает рассматривать деятельность всех органов государственной власти и местного самоуправления, предприятий, учреждений, организаций, граждан с одной стороны, и соответствие функционирования перечисленных лиц задачам государства и муниципальных образований с другой стороны...» [3, с. 814].

Ряд авторов под государственным финансовым контролем понимают не проверки, не соблюдение нормативных актов, а именно саму контрольную деятельность общественных, государственных органов и их должностных лиц. По мнению Бурцева В.В. эти органы контролируют нарушения в управлении государственными денежными потоками и хозяйственной деятельности экономических субъектов. По мнению Шохина С.О. эти органы проводят надзор за финансово – хозяйственной деятельностью субъектов хозяйствования в целях оценки эффективности, законности и целесообразности этой деятельности. Определения также носят «шаблонный» характер и могут применяться ко всем видам контроля. С одной стороны, это – хорошо, потому что можно использовать во всех сфе-

рах, но с другой, таких определений также много и мы возвращаемся к проблеме, которую озвучили в самом начале – нет единого определения, которое было бы общепризнанным и подходило ко всем сферам контроля.

Бурцев В.В. под государственным финансовым контролем понимает установленную соответствующими нормативными актами деятельность органов государственной власти и управления всех уровней (должностных лиц) по выявлению, предупреждению и пресечению нарушений в процедурах управления государственными финансовыми потоками и финансово – хозяйственной деятельности экономических субъектов [6, с. 2]. В данном определении с точки зрения правового аспекта непонятно, какими нормативными актами регулируется деятельность тех или иных органов государственной власти и их должностных лиц.

Шохин С.О. считает, что государственный финансовый контроль – это межотраслевая система надзора наделенных контрольными функциями государственных и общественных органов за финансово-хозяйственной деятельностью субъектов хозяйствования в целях объективной оценки экономической эффективности этой деятельности, установления законности и целесообразности финансовых операций и выявления резервов роста государственного бюджета [6, с. 2].

Ряд авторов придерживаются позиции, что ГФК является инструментом социально-политической направленности.

Бланкенагель А. определяет государственный финансовый контроль как внутреннюю проверку системы и соответствию ее главным принципам, выраженным в основополагающих ценностях, политических институтах, важнейших характеристиках государства и общества, снимающая возникающее в обществе напряжение [1, с. 2]. Автор в своем определении рассматривает государственный финансовый контроль только как внутренний контроль и выражает его только через один из его методов – проверку, а другие методы не рассматривает.

Бахран Д.Н. понимает ГФК как функцию социального управления, Грачева Е.Ю. утверждает, что ГФК – это подотрасль финансового права. Данные определения по назначению их использования являются слишком узким.

Козенко Ю.А., Федотова Г.Ф. определяют ГФК как индикатор соответствия потребностей экономических субъектов финансовой политике, проводимой государством и его финансовыми институтами [6, с. 2]. В данном определении авторы не конкретизируют, потребности экономических субъектов и показатели финансовой политики. На наш взгляд, данное определение не подходит под определение понятия ГФК, потому что в нем не указаны ни формы, ни методы, ни субъекты и объекты контроля, самая малая часть того, что вообще ассоциируется с контролем. Определение носит скорее социальный характер.

Учитывая, что во многих определениях общим является то, что государственный финансовый контроль – это часть системы управления финансами, то для качественного функционирования системы нужно учитывать и административные барьеры, и уровень коррупции, и отмыwanie денег. В известной статье Р. Вишны и А. Шляйфера на теоретическом уровне доказывается, что модель коррупции в формате распила выделенных бюджетных средств, которая доминирует в России, не сочетается вообще с интенсивным развитием экономики, и, на наш взгляд, тем более не сочетается с эффективным осуществлением государственного финансового контроля. Так Ковалева Э.Р., Кабашева И.А. рассматривают коррупцию как институциональный барьер, препятствующий активизации инновационной деятельности в российской экономике [4 с. 125]. В связи с этим встает вопрос о «качестве государства» и институциональных стимулах, а именно разработке механизма, который поможет оценить эффективность деятельности органов государственного финансового контроля, процедур их персональной ответственности при осуществлении контрольных мероприятий.

Из проведенного анализа, на наш взгляд, понятие государственного финансового контроля более точно раскрывают определения Крикунова А.В. и Химичевой И., в которых государственный контроль, прежде всего, выражается через проверку как один из методов осуществления государственного контроля, и в которых указаны многие сферы контроля, но не все. На наш взгляд, данное определение целесообразно дополнить недостающими методами и сферами контроля.

Таким образом, под государственным финансовым контролем следует понимать осуществляемую с использованием организационных форм и методов деятельность государственных органов исполнительной власти по проверке полноты и своевременности формирования и использования бюджета на уровне РФ и субъектов РФ, а также международных финансовых обязательств, организации денежного обращения и рынка ценных бумаг, состояние государственного долга, эффективности использования государственных ресурсов всех видов и соблюдение законодательства в сфере: банков-

ского, валютного, налогового и таможенного контроля, а также противодействие коррупции органов исполнительной власти, осуществляющих контрольные мероприятия.

#### Литература

1. Аллахвердян Д.А. Финансы и социалистическое воспроизводство / Д.А. Аллахвердян. М.: Финансы, 1971. – 116 с.
2. Грачева Е.Ю., Толстопятенко Г.П., Рыжкова Е.А. Финансовый контроль: Учебное пособие. М., 2004. – 272 с.
3. Ковалева Э.Р. Уточнение понятия «государственный финансовый контроль» / Э.Р. Ковалева // Экономика и предпринимательство. – 2017. – № 2-1 (79-1). – С. 811–815.
4. Ковалева Э.Р., Кабашева И.А. Анализ институциональных барьеров инновационного развития российской экономики / Э.Р. Ковалева, И.А. Кабашева // Успехи современной науки и образования. – 2016. – 10. Том 2. – С. 121–126.
5. Кузнецова А.А., Мельник Д.М. Проблемы и перспективы финансового контроля в России / А.А. Кузнецова, Д.М. Мельник // ScienceTime. – 2014. – № 6 (6). – С. 95–97.
6. Пенчук А.В. Государственный финансовый контроль в Российской Федерации и направления его совершенствования / А.В. Пенчук // Концепт. – 2014. – № 7. – С. 21–25.
7. Селюков М.В., Могилевская В.А., Могилевский А.С. Система государственного и муниципального финансового контроля как фактор укрепления национальной безопасности РФ / М.В. Селюков, В.А. Могилевская, А.С. Могилевский // Фундаментальные исследования. – 2015. – № 7-1. – С. 207–211.

УДК 336.74

*Р.Р. Хамитова, студент*

*Научный руководитель: Э.Р. Ковалева, канд. экон. наук, доцент  
г. Казань, Казанский инновационный университет им. В.Г. Тимирязева*

### ВИРТУАЛЬНЫЕ ДЕНЬГИ: НОВЫЕ ОПАСНОСТИ

В последние годы участились случаи использования виртуальных денег для легализации доходов, полученных преступным путем, и финансирования терроризма; появились новые схемы отмывания денег; остро встала проблема трансграничных платежей по мнимым и притворным сделкам.

В связи с тем, что виртуальные валюты привлекают повышенное внимание среди экономистов, юристов, представителей банковского сообщества, правоохранительных органов, Росфинмониторинга на практике сформировались две точки зрения:

1. Виртуальные валюты являются трамплином для будущего развития платежных систем;
2. Виртуальные валюты в руках преступников, то есть лиц, которые занимаются финансированием терроризма, пытаются обойти санкции, становятся новым инструментом для перемещения и хранения денежных средств таким образом, что они оказываются вне досягаемости правоохранительных и иных компетентных органов [2].

Обзор экономической литературы позволил выявить сторонников применения криптовалют, признающих их децентрализацию, а также особенности организации расчетов посредством биткоинов. Сторонники биткоинов особо подчеркивают, что криптовалюты не принадлежат ни одному государству, и никто не может повлиять на количество или цену выпускаемой валюты.

Следует отметить, что отсутствует также материальное обеспечение биткоинов, то есть его цена зависит от спроса на него. В связи с этим следует поменять мнение людей по отношению к денежным суррогатам. Если у многих сложится отрицательное мнение, значит и спроса будет меньше [2].

Расчеты биткоинами подразумевают возможность осуществлять безотзывные транзакции, а это значит, что каждая операция в биткоине считается завершенной. То есть после того как вы отправите биткоин адресату, возможности их вернуть нет. Данный факт пользователи биткоинами, которые заинтересованы по своим субъективным причинам в них, относят к плюсам. Если нет системы контроля, а, значит, нет арбитража и жаловаться некому. Единственный вариант возврата, если получатель на это согласен [7].

Простота в использовании также является положительным моментом, так как для создания кошелька не потребуется более пяти минут. При этом еще не важно то, кому вы отправляете – соседу либо другу из другой страны. Причем здесь не нужно будет для доступа подтверждать свои личные данные [7]. Отсюда уже вытекает и следующая особенность биткоина – анонимность. Таким образом, пользователь может создавать сколько угодно адресов, не привязывая их своему имени либо иной личной информации. Данные особенности биткоинов представляются нам отрицательными, так как в связи с анонимностью отсутствует возможность контроля данных операций.



Придерживаясь точки зрения противников распространения биткоинов, отметим, что согласно ст. 27 Федерального закона «О Центральном банке Российской Федерации (Банке России)» выпуск и использование на территории РФ денежных суррогатов запрещается [6].

В 2015 году Минфин внес в Правительство более жесткую версию законопроекта, а именно Федеральный закон от 7 августа 2001 г. № 115-ФЗ «О противодействии легализации (отмыванию) доходов, полученных преступным путем, и финансированию терроризма». Здесь речь идет об ответственности за использование денежных суррогатов. Банк России предостерег физических и юридических лиц от использования любой виртуальной валюты, вне зависимости, на что она меняется – на товары или на рубли или же на иностранную валюту. Это будет рассматриваться как потенциальная вовлеченность в осуществление сомнительных операций в соответствии с законодательством о противодействии легализации (отмыванию) доходов, полученных преступным путем, и финансированию терроризма. Данное предостережение мотивировал тем, что при использовании криптовалют отсутствует какое-либо обеспечение, нет юридически обязанных субъектов. А операции, которые осуществляются с ними, несут чисто спекулятивный характер и высокий риск потери стоимости на виртуальных биржах [4].

Таким образом, в совершение противоправных действий, а именно в отмывание доходов, полученных преступным путем, и финансирование терроризма может быть без его ведома вовлечено любое физическое и юридическое лицо. Данный факт зависит от анонимности выпуска криптовалют. Также любое использование виртуальной валюты по российскому законодательству рассматривают как потенциально возможное участие в сомнительных финансовых операциях. Следовательно, на основе этого применяются меры ответственности, предусмотренных законодательством о противодействии отмыванию доходов, полученных преступным путем и финансированию терроризма.

При создании виртуальной валюты отсутствует единый центр, тем самым и нет возможности отменить несанкционированную транзакцию. Еще одним отрицательным моментом при использовании биткоина является то, что процесс их выпуска, использования является анонимным. Виртуальные валюты могут использоваться кем угодно и на любые цели. И соответствующие органы любого государства не могут отследить это в целях противодействия любым противоправным действиям [1, с. 128].

Особенности биткоинов, которые мы рассматривали как положительный факт, имеют обратную сторону с учетом риска использования анонимности, децентрализации, отсутствия системы контроля определенной частью представителей, желающих легализировать электронные валюты в отрицательных целях.

Следует отметить неоднозначное отношение к электронным валютам в различных странах мира. К примеру, в западных странах в США и Великобритании положительно относятся к биткоинам. Некоторые страны же еще по-прежнему обсуждают, признать данную валюту или нет. А вот ряд стран уже приняли решение против электронных валют. К примеру, это Россия, Китай, Швеция, Бангладеш, Индия, Исландия и другие страны. Причины запрета криптовалют в данных странах самые разные. Это страх и непонимание принципов работы до валютного протекционизма и намерения создать собственную виртуальную валюту.

Во Франции Министерство финансов разработало законопроект о биткоине, который обяжет любых продавцов криптовалюты устанавливать личность покупателя до того, как продавать биткоин. Таким образом, на территории страны анонимное пользование биткоинами будет ограничено, как того требуют правила борьбы с незаконным отмыванием доходов.

Япония заявила, о том, что биткоин не является валютой после краха старейшей и крупнейшей в мире японской биткоин-биржи Mt. и создала комитет для проведения исследований в области биткоина, а также запретила банкам открытие счетов в виртуальных единицах и посредничество в совершении операций с биткоинами.

В Индии случаи мошенничества, связанные с криптовалютами, становятся все более частыми. Были зафиксированы официальные случаи биткоин-мошенничеств. В целях регулирования данную проблему, была создана Резервным Банком Индии новая «Комиссия по регулированию платежей», которая будет осуществлять надзор, также обрабатывать цифровые платежные операции [3].

В Китае считают, что биткоин не является валютой в реальном смысле этого слова, также как валюта, не имеет такого юридического статуса. Центральный банк Китая запретил финансовым компаниям участвовать в интернет-транзакциях, нельзя страховать связанные с ним финансовые продукты, также публиковать котировки биткоин. В феврале 2017 года между представителями Народного банка Китая состоялась встреча, в результате чего биржи должны придерживаться законодательства по борьбе с легализацией незаконных денег и жестких правил обмена валюты. В результате данных

требований две ведущие биржи приостановили возможность вывода битконов. А вслед за крупнейшими биржами временно прекратили возможность вывода криптовалют и другие игроки. На основе этого хотим отметить, что данный запрет может ограничить хождение электронной валюты в КНР и, возможно, это вызовет волну таких действий и в других странах [5].

Таким образом, при разработке мероприятий по ограничению распространения биткоинов в России необходимо учитывать зарубежные методы борьбы с денежными суррогатами.

Рассмотрим определенные изменения, которые произошли на законодательном уровне в рамках борьбы с криптовалютами. Минфин России подготовил изменения в Федеральный закон от 27.07.2006 № 149-ФЗ (ред. от 19.12.2016 г.) «Об информации, информационных технологиях и о защите информации». Согласно данному закону появился порядок ограничения доступа к веб-сайтам, который будет обеспечивать выпуск денежных суррогатов и операции связанные с ними [1, с. 130].

Также следует обратить внимание на то, что ужесточается наказание за использование денежных суррогатов. Лица виновные в данных нарушениях будут нести административную, гражданскую и уголовную ответственность в соответствии с Федеральным законом от 10 июля 2002 года «86-ФЗ «О Центральном банке Российской Федерации (Банка России)». Нарушение организациями, осуществляющими операции с денежными средствами или иным имуществом и действующими на основании лицензии, может повлечь отзыв (аннулирование) лицензии в порядке, предусмотренном законодательством Российской Федерации [4].

Криптовалюты и биткоин в частности создают новые задачи, которые необходимо будет решить законодателям, правоохранительным органам и регуляторам. Практически все прогрессивные меры приносят новые риски. Существующими рисками, которые необходимо учесть при разработке мер по регулированию и борьбе с биткоинами являются такие, как анонимность транзакций, неподконтрольность любым регуляторам, отсутствие какого-либо обеспечения, алгоритмически заданная ограниченная эмиссия, невозможность отмены транзакции.

На данный момент виртуальные валюты следует рассматривать как запрещенный инструмент. На наш взгляд, и в нашей стране можно будет использовать криптовалюты, но только в том случае, когда они официально будут признаваться легальными, появится механизм контроля над ними, будет отсутствовать их анонимность. Также, по-нашему мнению, необходимо вести мониторинг использования криптовалют и более глубокий анализ угрозы использования суррогатных платежных валют с целью совершения преступлений. По необходимости такой анализ и мониторинг будет приводить к тому, что профильные нормативные акты будут изменены. К примеру, этой весной Минфин предложил поправки в УК, которые устанавливают санкцию за изготовление денежных суррогатов с целью сбыта.

#### Литература

1. Владимирова П.М. К вопросу о легализации доходов, полученных преступным путем, посредством использования виртуальной валюты // Вестник. – 2014. – № 9. – С. 127–130.
2. Ключевые определения и потенциальные риски в сфере ПОД/ФТ [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.fatf-gafi.org/> (дата обращения: 16.02.17).
3. Количество мошеннических операций в Индии с биткоином растет [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://cryptocurrency.tech> (дата обращения: 28.02.17).
4. Федеральный закон «О противодействии легализации (отмыванию) доходов, полученных преступным путем, и финансированию терроризма» от 07.08.2001 № 115-ФЗ [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.consultant.ru> (дата обращения: 20.02.17).
5. ЦБ Китая запретил банкам операции с Bitcoin [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.vedomosti.ru/finance/news/19690711/cb-kitaya-zapretilbankam-operacii-s-bitcoin> (дата обращения: 28.02.17).
6. Об использовании при совершении сделок «виртуальных валют», в частности, Биткойн [Электронный ресурс]. Режим доступа: [http://www.cbr.ru/press/pr.aspx?file=27012014\\_1825052.htm](http://www.cbr.ru/press/pr.aspx?file=27012014_1825052.htm) (дата обращения: 16.02.17).
7. Электронные платежные системы [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://mixinvestor.com>

## НАПРАВЛЕНИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ БАНКА РОССИИ В СИСТЕМЕ БАНКОВСКОГО НАДЗОРА

Банковский надзор является важным инструментом государственного управления, от которого зависит устойчивое функционирование как коммерческих банков, так и всей банковской системы, что в свою очередь обеспечивает стабильность финансовой системы страны в целом.

Главной задачей эффективного банковского надзора является определение адекватных механизмов и инструментов регулирования деятельности кредитных организаций. Банковский надзор направлен на предупреждение возможности возникновения системного банковского кризиса, на защиту интересов кредиторов и вкладчиков, недопущение монополизации финансового капитала, поддержку здоровой конкуренции в банковском секторе экономики.

Система банковского надзора включает в себя следующие инструменты:

- регистрация и лицензирование кредитных организаций;
- дистанционный надзор;
- инспектирование;
- работа с проблемными банками;
- ликвидационные процедуры.

В последние годы Банком России активно осуществляется совершенствование и повышение эффективности системы банковского надзора и банковского регулирования. Банковский сектор претерпевает значительные изменения в связи с ужесточением банковского надзора. Наблюдается сокращение числа действующих кредитных организаций и консолидация банковского сектора [4].

Таблица 1

**Динамика числа действующих кредитных организаций в РФ в 2012–2016 гг.**

Действующие кредитные организации	2012 год	2013 год	2014 год	2015 год	2016 год
Кредитные организации, всего	956	923	834	733	623
В том числе банки	897	859	783	681	575

Из таблицы 1 видно, что количество кредитных организаций, в том числе банков, за 5 лет сократилось более, чем на треть. Регулятору выгодно такое сокращение, так как чем меньше банков будет в системе, тем проще выстроить эффективную систему надзора и контроля. Но у такой политики Банка России есть и негативная сторона. В первую очередь закрываются небольшие российские банки, в связи с чем создается угроза монополизации рынка государственными банками.

Данные таблицы 2 позволяют сделать вывод, что на долю 5 крупнейших российских банков по состоянию на 1 января 2017 года приходится 55,25% совокупных активов [3].

Таблица 2

**Удельный вес активов групп кредитных организаций  
в совокупной величине активов российских кредитных организаций по состоянию на 1 января 2017 г.**

Группы кредитных организаций, ранжированных по величине активов (по убыванию)	Величина активов, млн руб.	Удельный вес, %
1	2	3
1-5	44 232 891	55,25
6-20	18 257 646	22,80
21-50	8 444 718	10,55
51-200	7 520 065	9,39
201-500	1 528 737	1,91
501-623	79 197	0,10
Всего	80 063 255	100

Анализ данных таблицы 2 показал, что излишняя концентрация помимо угроз конкурентоспособности и свободному рынку в силу монопольного положения крупных банков, их облегченного доступа к формированию и прочим преференциям носит риски неадекватного регулирования. Рост концентрации в банковском секторе может закономерно приводить к снижению конкуренции, в том

числе к росту рыночных цен на услуги банков. Кроме того, отзыв лицензии у конкретного банка может иметь системные последствия для всего российского банковского сектора.

Об ужесточении политики Банка России в системе банковского надзора свидетельствует ежегодное увеличение числа отозванных лицензий. Динамика количества отозванных лицензий представлена на рис. 1.

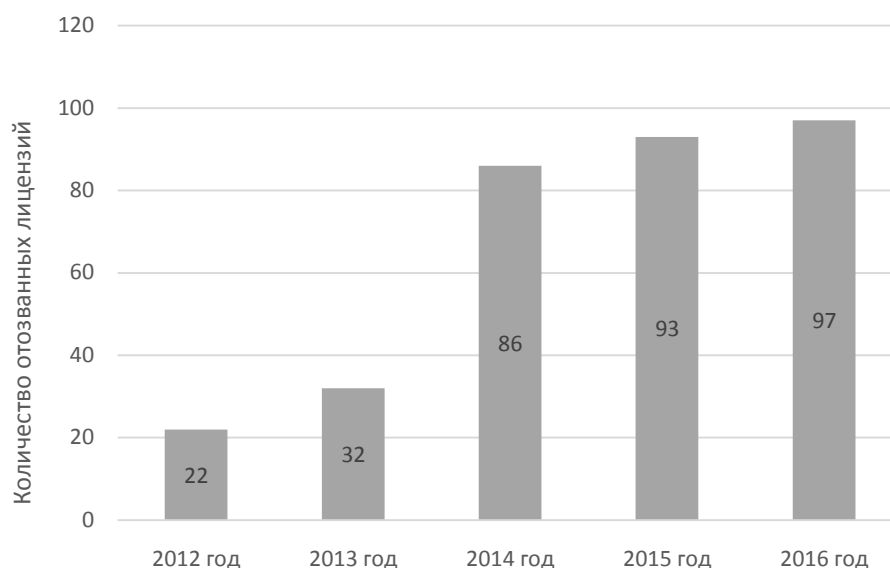


Рис. 1. Количество отозванных лицензий у кредитных организаций в РФ за 2012–2016 гг.

С учетом вышеперечисленной деятельности Банка России в системе банковского надзора должна включать в себя следующие направления:

1) Внедрение очередного документа Базельского комитета по банковскому надзору (Базель III), нацеленного на эффективное управление банковскими рисками и приведение российских стандартов и требований в соответствие с международными.

В сравнении с ранее принятыми документами Базель III имеет ряд существенных отличий. Так, основным отличием Базеля III от предыдущего соглашения является повышение требований к уровню достаточности и качества капитала. В новом документе прописаны и другие стандарты: 1. Повышение требований к качеству капитала. 2. Повышение требований к достаточности капитала: – по акционерному капиталу – с 2 до 4,5%; – по капиталу первого уровня (T1) – с 4 до 6%; – по совокупному капиталу (T1+T2) требование оставлено на уровне 8%, но дополнительно введен буфер консервации капитала в размере 2,5%; – введен контрциклический буфер в размере от 0 до 2,5%; – для крупнейших банков вводятся дополнительные требования к капиталу в размере от 1 до 2,5%. 3. Расширение покрытия рисков в формуле достаточности капитала (за счет рыночного риска, повышения требований по внебиржевым сделкам, пересчета уровня кредитного риска с учетом стресса). 4. Возврат к коэффициенту левериджа и к коэффициентам ликвидности. 5. Усиление мер по повышению качества корпоративного управления и управления рисками. 6. Усиление рыночной дисциплины. В основном Базель III предусматривает повышение требований к качеству и достаточности капитала [6, с. 33].

С одной стороны, усиление требований к капиталу и ликвидности поможет вытеснить из банковского сообщества мелкие неконкурентоспособные банки, поскольку они могут с ними не справиться, повысит уровень и качество собственного капитала. С другой стороны, внедрение новых стандартов банковского регулирования может привести к снижению прибыли и рентабельности собственного капитала кредитных институтов, сокращению вложений в их долевыми и долговые инструменты, а также падению уровня кредитной активности банков. С проблемой выполнения Базельских требований могут столкнуться и системообразующие банки, которым уже через несколько месяцев после их внедрения потребовались безотзывные кредитные линии Банка России для выполнения норматива краткосрочной ликвидности. С проблемой выполнения Базельских требований могут столкнуться и системообразующие банки, которым уже через несколько месяцев после их внедрения потребовались безотзывные кредитные линии Банка России для выполнения норматива краткосрочной ликвидности.

В качестве положительных факторов принятия Базель III эксперты указывают увеличение стабильности глобальной финансовой системы, снижение рисков развития мирового финансового кризиса, повышение стресс-устойчивости банковской системы как на уровне отдельных институтов (юрисдикций), так и в мировом масштабе [1, с. 119].

2) Подготовка предложений об особенностях регулирования деятельности национальных системно значимых банков. Банк России с учетом критериев международной активности разработал подходы к определению системно значимых кредитных организаций, на которые будут, в том числе, распространяться требования к соблюдению показателя краткосрочной ликвидности и дополнительные требования к достаточности капитала в соответствии с Базелем III.

К банкам со статусом системно значимых будут поэтапно вводиться повышенные требования со стороны ЦБ. Речь идет о трех надбавках сверх минимального требования к базовому капиталу в 5%, а также ежегодное 10%-е увеличение минимального показателя краткосрочной ликвидности до 100% в 2019 году. Также системообразующие кредитные организации должны будут предоставлять регулятору план действий на случай чрезвычайных ситуаций. Специальный департамент ЦБ по надзору за системно значимыми банками будет проводить ежеквартальный комплексный мониторинг финансового состояния, а также тематические обзоры зон рисков. Если системно значимый банк испытывает затруднения, то государство предпринимает действия для его санации, то есть оздоровления, а не ликвидации [5; 6, с. 119].

Проект Положения «О порядке расчета норматива чистого стабильного фондирования («Базель III») системно значимыми кредитными организациями» предполагает введение для системно значимых банков норматива чистого стабильного фондирования, который ограничивает риск потери ликвидности банка.

Проект положения планируется к вступлению в силу с 31.03.2017. В течение 2017 года системно значимые кредитные организации будут ежеквартально представлять в Банк России информацию о значении показателя чистого стабильного фондирования и его составляющих в целях мониторинга без требования о раскрытии (публикации) данной информации. Требование о соблюдении НЧСФ на постоянной основе на минимально допустимом числовом значении в 100% и представлении ежеквартальной отчетности по НЧСФ вводится с 01.01.2018 в соответствии с установленным Базелем III сроком [10].

3) Подготовка проекта федерального закона о санации банков, подразумевающего новый механизм финансового оздоровления. Старая схема не соответствует современным реалиям и является невыгодной. Чтобы закрыть отрицательные чистые активы проблемного банка в 10 млрд руб., в старой схеме нужно было выдать 15–16 млрд руб. Теперь же докапитализация будет осуществляться напрямую Банком России, а не Агентством по страхованию вкладов. Это позволит направлять в капитал банка на «латание» дыр в 10 млрд руб. равную сумму.

Финансировать санацию предполагается за счет Фонда консолидации банковского сектора, формируемого из денежных средств Банка России. Акции и другое имущество saniруемого банка, приобретенные регулятором за счет средств Фонда, могут передаваться в доверительное управление управляющей компании, единственным учредителем которой выступит Банк России. Управляющая компания будет действовать от имени регулятора, использовать средства Фонда, а также осуществлять меры по предупреждению банкротства и урегулированию обязательств банков. Конечная цель управления банками, прошедшими процедуру рекапитализации, – их продажа новому владельцу на открытом аукционе, проводимом Банком России [7; 2].

4) Противодействие легализации (отмыванию) доходов, полученных преступным путем, и финансированию терроризма (ПОД/ФТ). Центральному банку РФ необходимо обеспечить эффективную реализацию в кредитных организациях риск-ориентированного подхода в сфере противодействия отмыванию доходов и финансированию терроризма. Целью деятельности Банка России в данной ситуации является минимизация риска вовлечения кредитных организаций в отмывание доходов, которые получены преступным путем, и финансирование терроризма. Принятый Федеральный закон от 28.06.2013 г. № 134-ФЗ «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации в части противодействия незаконным финансовым операциям» существенно дополнил инструментарий кредитных организаций, который используется ими для ПОД/ФТ, а также объем полномочий Центрального банка Российской Федерации по установлению процедурных мероприятий для кредитных организаций [11].

Росфинмониторинг утвердил Приказ от 21 сентября 2016 г. № 304 «О Межведомственной комиссии по противодействию легализации (отмыванию) доходов, полученных преступным путем, финансированию терроризма и финансированию распространения оружия массового уничтожения». В

состав новой комиссии планируется включить представителей Банка России, Счетной Палаты РФ, МВД, МИД и иных структур. Участвуя в Межведомственной комиссии, Банк России в лице своих представителей сможет организовывать подготовку и рассмотрение законов в сфере ПОД/ФТ, взаимодействовать с важнейшими органами системы ПОД/ФТ, подготавливать предложения по предупреждению легализации (отмывания) доходов [9].

Таким образом, направления деятельности Банка России в системе банковского надзора будут включать в себя ужесточение требований к банкам, особенно – к системно значимым, постепенное внедрение стандартов Базель III. Тенденция на сокращение числа действующих банков продолжится, что повлечет за собой монополизацию банковского сектора, рост цен на банковские продукты и услуги, подрыв доверия россиян к национальной банковской системе. Планируется ввести новый механизм финансового оздоровления проблемных банков, предполагающий более эффективную систему их финансирования. Рекапитализированные банки планируется реализовывать на аукционе, передавая новому владельцу. Банк России продолжит совершенствовать методы противодействия легализации (отмыванию) доходов, полученных преступным путем, и финансированию терроризма в банковской сфере в составе Межведомственной комиссии. Межведомственная комиссия будет способствовать усилению координации и взаимодействия в сфере ПОД/ФТ между ЦБ РФ и иными ведомствами.

#### Литература

1. Борисов О.С., Кондрат Е.Н. Ожидаемый эффект и особенности от внедрения Базельского комитета по банковскому надзору (Базель III) / О.С. Борисов, Е.Н. Кондрат // Мир политики и социологии. – 2016. – № 5. – С. 117-123. – Режим доступа: [http://elibrary.ru/download/elibrary\\_27202184\\_53331124.pdf](http://elibrary.ru/download/elibrary_27202184_53331124.pdf)
2. Божко М. Семь вопросов о новом механизме санации банков: что изменится? / М. Божко. – Электрон. текстовые дан. – Режим доступа: <http://www.rbc.ru/finances/20/03/2017/58cfd4a69a7947d5691a0310?from=newsfeed>
3. Информация о величине активов и собственных средств (капитала) кредитных организаций // Центральный Банк РФ. – Электрон. текстовые дан. – Режим доступа: [http://www.cbr.ru/statistics/print.aspx?file=bank\\_system/assets-capital\\_17.htm&pid=pdko\\_sub&sid=ITM\\_26599](http://www.cbr.ru/statistics/print.aspx?file=bank_system/assets-capital_17.htm&pid=pdko_sub&sid=ITM_26599)
4. Информация о регистрации и лицензировании кредитных организаций // Центральный Банк РФ. – Электрон. текстовые дан. – Режим доступа: <http://www.cbr.ru/statistics/?PrtId=lic>
5. Лукачева О.В. Современные тенденции развития и регулирования банковского сектора Российской Федерации / О.В. Лукачева // Фундаментальные и прикладные исследования: новое слово в науке. – 2016. – С. 113-122. – Режим доступа: [http://elibrary.ru/download/elibrary\\_26571129\\_84627053.pdf](http://elibrary.ru/download/elibrary_26571129_84627053.pdf)
6. Матовников М.Ю. Новации в регулировании: зло или благо? / М.Ю. Матовников // Деньги и кредит. – 2012. – № 5. – С. 30-34. – Режим доступа: [http://elibrary.ru/download/elibrary\\_17698473\\_64903848.pdf](http://elibrary.ru/download/elibrary_17698473_64903848.pdf)
7. Механизм участия регулятора в санации банков организаций // Центральный Банк РФ. – Электрон. текстовые дан. – Режим доступа: <http://www.cbr.ru/Press/?PrtId=event&id=940&PrintVersion=Y>
8. О мерах реализации Базеля III и о регулировании деятельности системно значимых банков. – Электрон. текстовые дан. – Режим доступа: [http://www.cbr.ru/press/PR.aspx?file=15072015\\_190947ik2015-07-15T19\\_06\\_47.htm](http://www.cbr.ru/press/PR.aspx?file=15072015_190947ik2015-07-15T19_06_47.htm)
9. Приказ Росфинмониторинга от 21 сентября 2016 г. № 304 «О Межведомственной комиссии по противодействию легализации (отмыванию) доходов, полученных преступным путем, финансированию терроризма и финансированию распространения оружия массового уничтожения»; зарегистрировано в Минюсте России 2016 г. – Электрон. текстовые дан. – Режим доступа: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_205803](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_205803)
10. Проект Положения «О порядке расчета норматива чистого стабильного фондирования («Базель III») системно значимыми кредитными организациями» (по состоянию на 29.12.2016); подготовлен Банком России. – Режим доступа: <http://www.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc&base=PNPA&n=18988#0>
11. Федеральный закон от 28.06.2013 г. № 134-ФЗ «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации в части противодействия незаконным финансовым операциям»: принят Гос. Думой 11 июня 2013 г., одобрен Советом Федерации 26 июня 2013 г. – Электрон. текстовые дан. – Режим доступа: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_148268](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_148268)

УДК 314

**В.В. Цалко, студент**

*Научный руководитель: О.А. Гражданкина, канд. экон. наук, доцент  
г. Барнаул, Алтайский государственный университет*

## ПРОБЛЕМА МИГРАЦИИ В АЛТАЙСКОМ КРАЕ

Миграция – основной источник сохранения демографического потенциала края, а вместе с тем и его привлекательности.

В рейтинге городов по качеству жизни 2016 года (рис. 1), за основу, которого были взяты три основных критерия:

- 1) общий уровень благополучия;
- 2) аспекты жизни, что предпочтительны для самих граждан;
- 3) показатели миграции (баланс миграции/постоянных жителей, степень готовности горожан покинуть текущее место жительства, общая удовлетворенность жизнью).

Барнаул по результатам исследования оказался в десятке аутсайдеров.

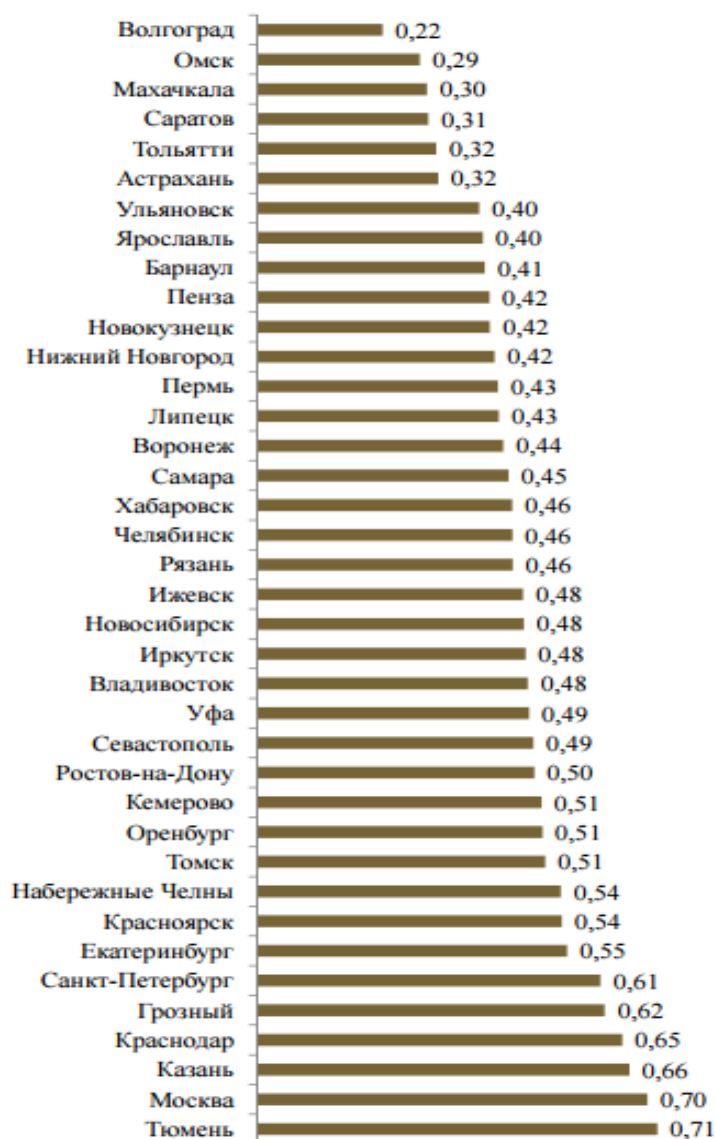


Рис. 1. Рейтинг городов по качеству жизни за 2016 г.

Уровень и качество жизни, несомненно, влияет на уровень миграции, так как каждый человек стремится к лучшему, у Алтайского края много положительных сторон, так, основными факторами привлекательности можно считать благоприятные природно-климатические условия, развитый агро-промышленный комплекс, относительно стабильная политическая и экономическая ситуации. Однако, несмотря на все плюсы, статистика миграционного прироста имеет негативную тенденцию.

По официальным статистическим данным в 2016 году в Алтайский край прибыло 75 769 человек, из них: в городскую местность переехали 38 663 человека, в сельскую – 37 106 человек.

Число выбывших граждан в 2016 году составило 82241 человек. Наиболее активны переезды граждан внутри Алтайского края (внутрикраевая миграция) – 53% от общего числа выбывших. Сохраняется переток населения из сельской местности региона в города, в первую очередь – в Барнаул.

В структуре выбывающего населения из Алтайского края мигранты выбирают более промышленные регионы России, такие как Новосибирская область, Краснодарский край, Московскую область, Тюменскую область, г. Санкт-Петербург, Кемеровскую область.

Для более наглядной картины мы построили график (рис. 2), в котором рассмотрели два параметра в динамике: численность населения и естественный прирост края за 2007–2016 года. Исходя из графика, можно сделать вывод о тенденциях изменения.



**Рис. 2. Динамика численности и естественного прироста населения в Алтайском крае с 2007 по 2016 гг.**

Естественный прирост населения края отрицателен на всем исследуемом периоде, но тем не менее сейчас имеет положительную динамику и стремится к положительному значению, чего не было на протяжении 27 лет. Так после 1990 года, когда коэффициент составлял 1,83 и до настоящего времени коэффициент варьируется, но остается отрицательным [1].

Говоря о численности населения, можно также заметить ее отрицательную динамику, судя по графику, за 9 лет численность населения в Алтайском крае сократилась на 82386 человек [2].

Эти данные следует рассматривать в купе с миграционным приростом (Рисунок3), который так же имеет отрицательную динамику.



**Рис. 3. Миграционный прирост по Алтайскому краю за 2010-2016 гг.**

В динамике миграционного прироста за последние 6 лет отмечается рост масштабов миграции. Пик количества зарегистрированных мигрантов приходится на 2013 и 2016 года – 6419 и 6472 соответственно. Однако в период начала кризиса 2014 года этот показатель заметно снизился, вплоть до 3269.

Доминирующим компонентом в миграционных процессах является внутрикраевая миграция населения. На ее долю приходится более 65%, на долю внутрикраевой миграции сельского населения – 53%.

Получив высшее или среднее профессиональное образование, молодые специалисты не стремятся вернуться в село. Невысокий уровень заработной платы, условия труда и быта сельских жителей для них социально непривлекательны. Поэтому численность прибывших в сельские районы выпускников вузов и средних специальных учебных заведений многократно ниже количества выпускников сельских школ, выезжающих для получения профессионального образования. Это вызывает проблемы в восполнении трудовых ресурсов в сельской местности.



Но и городское население не стремится работать на благо своего края, все чаще молодые специалисты, после окончания ВУЗов стремятся переехать в более крупные и экономически развитые города, в связи с этим происходит отток трудоспособного населения и происходит демографическое старение.

В структуре территориальных перемещений населения Алтайского края первое место занимает внутрикраевая миграция, на втором месте находится межобластная, далее – миграция со странами ближнего и дальнего зарубежья.

Внутрикраевая миграция охватывает значительную часть населения края, ее доля в общем объеме миграционных потоков на Алтае одна из самых высоких в Сибири – 65%. На формирование внутрикраевых миграционных потоков более существенное влияние оказывает миграция сельских, а не городских жителей.

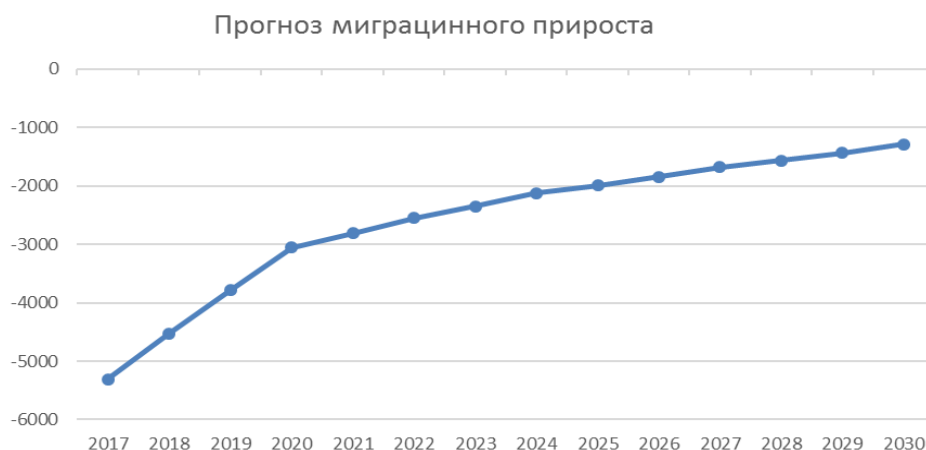
Значительный отток происходит среди сельских жителей края, которые стремятся покинуть не только свое село, но и край. По результатам исследования проблем и перспектив развития края выявлен ряд острых проблем, волнующих сегодня жителей сельской местности края.

Одной из самых важных проблем является низкий уровень жизни и одновременно высокий уровень преступности, кроме того, остро стоят проблемы безработицы, алкоголизма, проблем образования и здравоохранения. Затем выделяются слабое развитие инфраструктуры, культурного досуга и отдыха в селах, недостаток образовательно-развивающих учреждений для детей и подростков.

Таким образом, современная демографическая ситуация в сельской местности Алтайского края характеризуется как критическая. Наблюдается долговременное сокращение численности населения, снижение рождаемости до уровня, не обеспечивающего его простого воспроизводства; рост смертности, особенно среди мужчин в трудоспособном возрасте; ухудшение качественных характеристик сельского населения, рост заболеваемости, сокращение ожидаемой продолжительности жизни; усиление гендерных диспропорций, старение населения, миграционная убыль и обезлюдение малых сел.

Так же эксперты краевой администрации в проекте «Стратегия развития сферы труда и занятости населения Алтайского края до 2025 года» обеспокоены количеством гастарбайтеров, которые могут значительно повлиять на качество регионального рынка труда.

Эксперты, спрогнозировали миграционный прирост в Алтайском крае до 2030 года (рис. 4), на котором прослеживается стабильную положительную тенденцию, так к 2030 году он составит всего - 1000.



**Рис. 4. Прогноз миграционного прироста по Алтайскому краю за 2017–2030 гг.**

Среди факторов, определяющих миграционное поведение населения, наряду с социально-экономическими, важное место заняли национально-этнические, демографические и политические.

Однако в Алтайском крае активно борются с этой проблемой, и начала действовать программа содействия переселению, более 5 тысяч соотечественников в ближайшие пять лет в рамках государственной программы «Оказание содействия добровольному переселению в Алтайский край соотечественников, проживающих за рубежом» на 2016–2020 годы.

Целью программы является стимулирование, создание условий и содействие добровольному переселению в Алтайский край соотечественников, проживающих за рубежом, для социально-экономического и демографического развития края.

Потенциально эта программа может не только повысить миграционный фон, но и значительно улучшить социально-экономические показатели края, ведь квалифицированные сотрудники – это основа среднего класса, на котором и держится экономика развитых стран.

У программы уже есть положительные результаты, так, в январе 2017 года в Алтайский край из-за пределов России прибыли 1907 человек, что на 2,7% больше, чем в январе 2016 года.

На сегодняшний день проблема оттока населения в Алтайском крае стоит остро. Создается комплекс мер при поддержке государства по повышению миграционной привлекательности территорий, созданию благоприятных условий для адаптации переселенцев к традициям и жизненному укладу населения Алтайского края. Также создаются новые рабочие места и для постоянного населения, организациями предоставляются все больше целевых бюджетных мест для обучения, развивается инфраструктура, как в городах, так и в сельской местности.

За счет реализации программ ожидается повышение численности населения в Алтайском крае за счет миграционного прироста, как молодежи для обучения в профессиональных образовательных организациях, так и за счет соотечественников, проживающих ранее за рубежом, и, разумеется, за счет сохранения постоянного населения.

#### Литература

1. Естественный прирост населения // Официальный сайт Территориального органа Федеральной службы государственной статистики по Алтайскому краю. – URL: [http://akstat.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat\\_ts/akstat/ru/statistics/population/](http://akstat.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_ts/akstat/ru/statistics/population/).
2. Численность населения Алтайского края // Официальный сайт Территориального органа Федеральной службы государственной статистики по Алтайскому краю. – URL: [http://akstat.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat\\_ts/akstat/ru/statistics/population](http://akstat.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_ts/akstat/ru/statistics/population)
3. Гражданкина О.А. Применение статистических методов для изучения развития малого предпринимательства (на примере Алтайского края) // Экономическое развитие региона: управление, инновации, подготовка кадров / под ред. С.Н. Бочарова. – Барнаул, 2015.
4. Садчиков В. Встреча с Алтаем: фотоальбом / В. Садчиков. – Барнаул: Алтайское книжное издательство, 1988. – 302 с.: ил.

УДК 332.1

*А.А. Цурова, студент*

*Научный руководитель: Л.Н. Панькова, канд. экон. наук, доцент  
г. Ставрополь, Северо-Кавказский федеральный университет*

## АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ЭФФЕКТИВНЫМ РАЗВИТИЕМ РЕГИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКИ И НАПРАВЛЕНИЯ ИХ РЕШЕНИЯ

Экономика Российской Федерации представляет собой развитую систему, включающую множество хозяйствующих субъектов, которые в процессе своей деятельности решают сложные задачи в различных областях жизнедеятельности в целях обеспечения жизнедеятельности территорий.

Функционирование данной системы происходит на основании естественных контактных процессов и элементов, реализующихся через условия существования, интегрирование ресурсов, должный уровень безопасности жизнедеятельности, взаимопроникновение и взаимозависимость различных хозяйственных форм, культуры, языка и т.д. Вклад каждого элемента данной системы в национальную экономику очень разный, но одинаково важный.

От тенденций развития хозяйствующих субъектов, особенностей их функционирования, соответствия их ключевым параметрам управления и механизмам реализации зависит эффективность деятельности региона.

Эффективное развитие экономики страны в целом напрямую зависит от уровня социально-экономического развития регионов, поэтому задачи модернизации региональной экономики, привлечения инвестиций, разработка и внедрение инновационных механизмов развития и управления имеют первостепенное значение и актуальность.

Проблемы функционирования российских регионов многочисленны и многогранны [1].

Понятие «регион» в наиболее общем виде формулируется как определенная территория, отличающаяся от других территорий по ряду признаков и обладающая некоторой целостностью, взаимосвязанностью составляющих ее элементов. Каждый регион имеет свое внутреннее пространство и связи с внешней средой. Основными характеристиками территории являются: плотность на единицу

площади (численность населения, объем валового регионального продукта, ресурсы, капитал и т.п.); размещение (равномерность, дифференциация, концентрация, распределение экономической активности); связность (интенсивность связей между элементами среды, мобильность товаров, услуг, трудового и финансового капиталов, развитие коммуникаций).

Под управлением социально-экономическим развитием региона в современных условиях понимается договорное целенаправленное воздействие органов управления на все хозяйствующие субъекты региона с соблюдением принципов сбалансированности интересов и ответственности партнеров, направленное на повышение качества жизни населения.

Структуру социально-экономического развития региона можно представить как [2]:

- сбалансированный процесс улучшения экономической, финансовой, социальной, политической, пространственной, экологической и культурной сфер, ведущий к повышению уровня жизни населения;
- объективное изменение жизни региона под воздействием различных факторов (политических, экономических, исторических, демографических и др.);
- управленческие меры со стороны региональной администрации, а также федеральной администрации для улучшения субъективных процессов жизни региона.

Одной из актуальных проблем в развитии региона является организация адекватного и эффективного механизма управления всеми сферами жизнедеятельности. Именно на местный (региональный) уровень ложится тяжесть реального решения задач реформирования экономической, финансовой, социальной, экологической, культурной и других сфер жизни, обеспечение нормативно-правовой базы реализации стандартов и нормативов деятельности [3].

Сегодня регионы Российской Федерации активно включаются в предпринимательскую деятельность и конкурентную борьбу, для чего создаются условия, способствующие расширению имеющегося производства, внедрению инновационных технологий, развитию высококвалифицированной рабочей силы, что приводит к повышению уровня жизни в регионе.

Для создания эффективной системы управления регионами в целях достижения экономического роста необходимо максимально использовать весь комплекс социально-экономических возможностей и учитывать динамику развития хозяйствующих субъектов региона. Для решения этой задачи требуется разработка нового научно-методического обеспечения, включающего в себя разработку методов и моделей повышения эффективности имеющегося потенциала, оптимизации и совершенствования региональных программ, направленных на улучшение всех сфер социально-экономического развития.

В организации сбалансированного развития региона ключевая роль отводится государственным методам регулирования рыночных отношений. Усилия центральных и региональных органов государственного и муниципального управления на современном этапе привели к некоторой сбалансированности потребления региональных ресурсов, что позволило повысить конкурентоспособность некоторых регионов. Факторы и критерии сформированной конкурентоспособной экономики оказывают устойчивое влияние на развитие регионов [4].

Проводимые исследования формирования конкурентоспособной экономики выявили различные теоретические концепции относительно системы показателей и критериев оценки региональной конкурентоспособности. И в одних теориях экономические явления считаются факторами, а в других критериями оценки или формирования конкурентоспособности региональной экономики.

Перспективным направлением в современной теории науки регионального управления считается комплексный подход к повышению эффективности регионального развития. Основой данного подхода является теория о том, что проблемы развития региона нельзя рассматривать в отдельности, а необходимо рассматривать учитывать и решать весь комплекс имеющихся в регионе проблем. Неэффективно делать упор, например, на экономическом развитии в ущерб социальной политике, при этом уже доказана взаимосвязь высокого социального уровня жизни и эффективного экономического развития.

Реформирование народного хозяйства в России не могло не затронуть процесса экономического развития регионов. Получив в качестве основания переход от административных методов управления к рыночным формам развития, регионы приобрели реальный статус действующих субъектов экономики, формируя собственную политику социально-экономического развития.

Среди основных форм административной региональной политики развития выделяются следующие:

- схемы фискального выравнивания между регионами путем перераспределения налоговой нагрузки;

– выравнивание внутри региональных душевых доходов с помощью социальных выплат.

Но данная схема не работает, если в развитии «слабого» региона преобладает импорт различного вида товаров и услуг, перераспределение в него финансовых трансфертов не вызовет эффективно-го экономического подъема. Для решения вопроса необходимо в данном регионе проводить долгосрочные структурные изменения, важным направлением которых будет инфраструктурное развитие, стимулирующее приток инвестиций в развитие. Помощь в развитии таких отсталых в экономическом смысле регионов может оказать распределение на их территории государственных заказов и закупок.

Регионы представляют собой открытые системы и рискованные внешние параметры при определении политики развития необходимо просчитывать особенно тщательно, также необходимо учитывать неравномерные процессы внутри самого региона и факторы неопределенности.

Таким образом, для улучшения управления экономическим развитием регионов необходимо развивать и разрабатывать новые направления и методы стратегического управления, которые приведут к росту экономического потенциала регионов, в частности, и страны, в целом.

#### Литература

1. Зарубин В.И. Актуальные проблемы управления региональной экономикой // Новые технологии. – 2012. – № 1.
2. Глигич-Золотарева М.В. Стратегия управления региональным развитием: мировые тенденции и отечественный опыт // Наука и образование: хозяйство и экономика; предпринимательство; право и управление. – 2011. – № 11. – С. 61–72.
3. Зайцева Л.М. Региональная система управления (организационно-методологический аспект). Екатеринбург: АЛЬМА-МАТЕР, 2011. – 336 с.
4. Фетисов Г.Г., Орешин В.П. Региональная экономика и управление: Учебник. – М.: ИНФРА-М, 2006. – 416 с.

УДК 65.014.1

**А.К. Чабанова, студент**

*Научный руководитель: И.А. Волкова, д-р экон. наук, профессор  
г. Нижневартовск, Нижневартовский государственный университет*

## ОРГАНИЗАЦИОННАЯ СТРУКТУРА: ПОНЯТИЕ, РОЛЬ, ОСОБЕННОСТИ

В современном мире много организаций и все они отличаются друг от друга масштабностью производства, специализацией, формой и методами управления и т.д. Как бы, не отличались между собой организации, их объединяют некоторые общие компоненты, которые необходимы для успешного существования любого бизнеса, один из них – это организационная структура.

Казалось бы, все понимают, что такое организационная структура и могут точно дать определение, однако, существует множество трактовок этого понятия. Автор рассмотрела ряд определений и провела анализ (табл. 1).

Таблица 1

#### Определения понятия «Организационная структура»\*

Автор понятия	Организационная структура
Кибанов А.Я. [7]	совокупность взаимосвязанных подразделений системы управления персоналом и должностных лиц.
Чернышев М.А., Коротков Э.М. и др. [6]	упорядоченная совокупность взаимосвязанных элементов, находящихся между собой в устойчивых отношениях, обеспечивающих их развитие и функционирование как единого целого.
Гольдштейн Г.Я. [3]	форма разделения труда по управлению производством. Каждое подразделение и должность создаются для выполнения определенного набора функций управления или работ.
Самофалов В.И. [8]	структура подцелей или это форма разделения труда, закрепляющая деление управления на функции. Организационная структура определяется составом взаимосвязанных задач, составом элементов (подразделениями).
Сыроежкин И.М. [11]	устойчивое пространственно-временное распределение хозяйственных решений и обеспечивающих их реализацию ресурсов.
Мильнер Б.З., Евенко Л.И., Рапопорт В.С. [9]	взаимоотношения подразделений и должностей в организации, распределение ролей, полномочий и ответственности между ними, а также порядок функционально-технологических связей.

\* таблица составлена автором

Все авторы, представленные в таблице, по-своему дают определение организационной структуры, кто-то ссылается на то, что это взаимосвязь должностей и подразделений, некоторые же считают, что это совокупность элементов, определенных задач. Но трудно не заметить одну общую закономерность, каждый из них утверждает, что организационная структура – это взаимосвязь и взаимодействие. Исходя из обобщенного анализа, сделан общий вывод: организационная структура – это взаимосвязь различных элементов системы управления, предусматривающая разделение труда и взаимодействие подуровней всей организации.

Существует ряд основных элементов организационной структуры:

1. Звенья – структурные подразделения, имеющие строго очерченные функции (отделы, отделения, службы, участки и т.п.); линейные, выполняющие основную работу; функциональные или обслуживающие подразделения (отдел кадров, финансовый отдел, информационный и т.п.).
2. Уровни управления – совокупность звеньев, находящихся на определенном уровне иерархии.
3. Связи: горизонтальные – связи между звеньями одного уровня организации; вертикальные – связи между звеньями разных уровней организации [10].

Организационная структура включает в себя множество аспектов [4]:

- ожидаемые результаты от деятельности;
- персональный состав;
- этапы развития организации;
- масштабность и специфика;
- форма управления;
- состояние экономики;
- желание работников быть единым целым и достичь общей цели.

Существует множество отраслей экономики: промышленность, торговля, наука и т.д, все они важны для комфортной и благополучной жизни человека, нет среди них одной первостепенной или наоборот незначительной. Для того чтобы отрасль развивалась и приносила доход, нужно инвестировать много сил, важно знать во что вкладывать средства, не действовать, полагаясь только на свою интуицию. Бизнес – это риск, но решения всегда должны быть обдуманы и взвешены. Если есть стремление в процветании бизнеса, нужно знать основные составляющие любой организации, одно из них организационная структура.

Для промышленной отрасли характерны линейно-функциональные и матричные организационные структуры. Основным достоинством линейно-функциональной структуры является то, что она, сохраняя целенаправленность линейной структуры, дает возможность специализировать выполнение отдельных функций и тем самым повысить компетентность управления в целом. К преимуществам функциональной структуры можно отнести то, что она стимулирует деловую и профессиональную специализацию, уменьшает дублирование усилий и потребление материальных ресурсов в функциональных областях, улучшает координацию деятельности. В матричных структурах можно гибко перераспределять кадры в зависимости от конкретных потребностей каждого проекта [1].

В научной сфере широко применяется матричная структура. При её использовании наблюдается более сильная, чем в традиционных структурах, зависимость успеха от личных взаимоотношений между сотрудниками. Несмотря на все сложности, матричная организация используется во многих отраслях промышленности, особенно в наукоемких производствах (например, в производстве электронной техники), а также и в некоторых организациях непродуцированной сферы [2].

Торговая сфера является одной из самых глобальных, чаще всего частные предприниматели развиваются именно в ней. Сфера торговли – самая динамичная, она направлена на удовлетворение различных потребностей общества.

Для торговой сферы характерны как линейно-функциональные, так и линейные структуры. Преимущества линейной структуры объясняются простотой использования. Все обязанности и полномочия здесь четко распределены, и поэтому создаются условия для оперативного процесса принятия решений, для поддержания необходимой дисциплины в коллективе. Организационные структуры, ориентированные на покупателя, в равной степени характерны для торговых форм, торгующих оптом и в розницу. Организация подразделений по продуктовому принципу является одной из первых форм дивизиональной структуры. При использовании дивизионально-продуктовой структуры управления создаются отделения по основным продуктам. Руководство производством и сбытом какого-либо продукта передаются одному лицу, которое является ответственным за данный тип продукции [14].

На примере торговой организации, можно показать, как развивается организационная структура в данном направлении. Все крупные организации начинали своё дело с небольших магазинов, они

сталкивались со многими трудностями и только благодаря тому, что были четко установлены цели, соответствующие состоянию экономики, особенностям сферы, достигли успеха. Любая организационная структура базируется на специфике и масштабности организации, с их развитием совершенствуется и она сама. Разберём характерные черты торговой отрасли. Организационные структуры и системы призваны обеспечить эффективное удовлетворение потребностей покупателей. Организационная структура определяет обязанности каждого работника и иерархическую структуру [5]. При разработке организационной структуры необходимо достичь компромисса между снижением стоимости закупок, которое происходит при централизованном принятии решений, и преимуществом адаптации предложения к требованиям местных рынков при децентрализованном характере принятия решений. Помимо разработки организационной структуры, для улучшения и координации действий поставщиков, специалистов по закупкам и продавцов торговые организации стремятся укрепить контакты между специалистами по закупкам и покупателями, использовать преимущества организационной культуры и информационных систем.

Таким образом, в зависимости от характерных свойств отрасли, организационная структура направлена на создание и развитие отделов, которые будут делать всё, чтобы удовлетворить потребности покупателей, а значит на рекламу и соответственно на персонал, если сотрудники не будут любить свой продукт, то и клиентов удержать такая организация не сможет [12].

Покупатель – наше всё, это главное правило торговли и работники должны выложиться по максимуму, чтобы клиенты оставались довольными и возвращались снова, а для этого нужно уважать своих потребителей, только от них зависит процветание торгового бизнеса.

При рассмотрении организационной структуры в магазине малого формата, структура будет иметь линейный вид. С расширением магазина изменится и структура, если будут открыты ещё несколько торговых точек, организационная структура перейдёт в более сложную – с разделением функций, внедрением новых должностей, появлением вертикальных и горизонтальных связей. Такой вид структуры называется линейно-функциональным.

Любой менеджер должен тщательно изучать организационную структуру, если хочет стать действительно профессиональным руководителем. Трудно добиться своей цели сразу, если возникло решение начать своё дело, то необходимо тщательно продумать все нюансы. Не нужно строить грандиозные планы и ждать высоких результатов в начале работы, всё приходит со временем. Построить эффективную систему управления необходимо для любой организации это невозможно сделать без грамотно сформированной организационной структуры. Существующая модель организационного управления является отражением принципов распределения основных функций, формирования подразделений, делегирования полномочий и выделения уровней ответственности. Всегда хорошо работать в той организации, где сотрудник понимает, что входит в должностные обязанности, функциональный состав. Именно организационная структура помогает достичь порядка и способствует комфортной работе в коллективе. Если четко определена иерархия подразделений, уменьшится текучесть кадров, увеличится продуктивность, следовательно, бизнес начнёт приносить больше прибыли.

Когда речь заходит о выборе организационной структуры, возникает много вопросов, ответы на которые можно получить в результате исследований. Когда возникает необходимость корректировки организационной структуры? Какие обстоятельства могут привести к изменению организационной структуры? Эти вопросы становятся актуальными, если наблюдается:

- рост масштаба деятельности;
- расширение номенклатуры выпускаемой продукции или услуг;
- объединение хозяйствующих субъектов;
- изменение технологии управления;
- влияние технологии производственных процессов;
- изменение внешней экономической обстановки [10].

Один из талантливых маркетологов, Джек Траут говорит: хороший руководитель должен всегда знать, что происходит в компании. Нельзя оставаться изолированным в своем кабинете [13]. И с ним можно только согласиться, другого варианта нет.

Менеджер должен быть в курсе событий, ему следует взаимодействовать со своими заместителями по вопросам сбора информации о текущем состоянии дел. Это один из основных принципов организационной структуры – разделение труда и взаимосвязь всех отделов. Нельзя сразу правильно научиться формировать строение организации, для этого нужно не только знать назначение персонала, но и множество других особенностей эффективного функционирования коллектива, такие как: профессионализм, коммуникабельность, стрессоустойчивость и др. Всё это должен учитывать руко-

водитель, формируя каждый отдел, чтобы в случае реорганизации одного из них, не разрушилась вся организационная структура.

Итак, подведём итоги. Организационная структура, такой элемент управления, который может, как способствовать успешному развитию организации, так и её полному разрушению. Только правильно подобранный и тщательно изученный вид организационной структуры поможет достичь карьерных высот и максимально эффективного функционирования организации. В современных условиях нельзя оперировать старыми организационными формами, которые не удовлетворяют требованиям рыночных отношений, создают опасность деформации самих задач управления. Создание структуры должно опираться не только на опыт, аналогию, привычные схемы и интуицию, но и на научные методы организационного проектирования. Вопрос выбора или корректировки организационной структуры – это тема, которая всегда актуальна и своевременна.

#### Литература

1. Волкова И.А. Адаптация персонала как способ формирования кадровой политики организации / И.А. Волкова // Научно-методический электронный журнал Концепт. 2017. № S1. С. 1–5.
2. Гасникова С.Ю. Научная организация труда: история и современность // Культура, наука, образование: проблемы и перспективы: материалы IV Всероссийской научно-практической конференции. 2015. С. 90–93.
3. Гольдштейн Г.Я. Основы менеджмента: учебное пособие. – 2-е изд., перераб. и доп. – Таганрог: Изд-во ТРТУ, 2003. – 230 с.
4. Организационная структура [Электронный ресурс]. URL: <http://www.sergeeva-i.narod.ru/sou/page3.htm>
5. Организационные формы управления в розничной торговле [Электронный ресурс]. URL: <http://bvt.hop.ru/MT/t2.htm>
6. Основы менеджмента / под ред. И.Ю. Солдатовой, М.А. Чернышева. М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°»; Ростов н/Д: Наука-Пресс, 2006. – 256 с.
7. Основы управления персоналом: Учебник / А.Я. Кибанов; Министерство образования и науки РФ. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. – 447 с.
8. Самофалов В.И. Совершенствование структуры управления производством в свете концепции ускорения: учебное пособие. – Ростов-на-Дону: ИПК РРС, 1987. – 56 с.
9. Системный подход к организации управления / Б.З. Мильнер, Л.И. Евенко, В.С. Рапопорт. – М.: Экономика, 1983. – 224 с.
10. Студенческая библиотека онлайн [Электронный ресурс]. URL: [http://studbooks.net/1316029/management/ponyatie\\_znachenie\\_organizatsionnoy\\_struktury\\_razvitiya\\_predpriyatiya](http://studbooks.net/1316029/management/ponyatie_znachenie_organizatsionnoy_struktury_razvitiya_predpriyatiya)
11. Сыроежкин И.М. Методы структурной настройки системы управления производством. – М.: Статистика, 1976. – 181 с.
12. Тагирова А.В. Инновационное предпринимательство в России: малый формат // Экономика и социум. – 2014. – № 4-4 (13). – С. 1193–1196.
13. Траут Дж. Большие бренды – большие проблемы. – Изд. «Питер», 2002. – 240 с.
14. Учебники по экономике [Электронный ресурс] // Экономическая библиотека. URL: <http://eclib.net/65/7.html>

УДК 658.3.07

*Н.С. Чекурина, студент*

*С.Ю. Гасникова, канд. культурологии, доцент*

*г. Нижневартовск, Нижневартовский государственный университет*

## ФОРМИРОВАНИЕ КАДРОВОГО РЕЗЕРВА В ОРГАНИЗАЦИИ

В современных условиях рынка в любой сфере деятельности всякая организация, нуждается в грамотных специалистах. Кадровый резерв для всех организаций является основой развития и расширения кадров. Кадровый резерв – один из элементов развития персонала и действует как система управления персоналом организации в целом. Важным аспектом является формирование кадрового резерва в современной организации выявлении основных проблем при его формировании, а также возможных направлениях их разрешения.

Обеспечение организации квалифицированными кадрами, является частью кадровой работы в рамках сформированной системы управления в организации. Однако на сегодняшний день создать штат профессиональными кадрами мало, очень важно создать условия и возможности для его постоянного развития.

Проблема формирования кадрового резерва носит междисциплинарный характер, что обуславливает необходимость применения в ее разрешении комплексных подходов, с учетом экономических, юридических, социологических, психологических и других факторов. Данная область не обделена

вниманием науки, вследствие чего сложились разнообразные концепции, издается литература, налажена подготовка специалистов.

В работах Н.И. Архиповой, О.Л. Седовой [1], С.Ю. Гасниковой и др. [3], О.А. Козловой [5], Т.В. Лукьяновой [7], В.С. Петровой и Ю.Л. Виноградовой [9] исследованы общие вопросы формирования и воспроизводства кадрового потенциала. Правовому вопросу работы кадрового состава в организации посвящена работа А.В. Тагировой и др. [4]. Вместе с тем комплексный анализ соответствующей научной литературы показывает, что проблемам формирования кадрового резерва, концепциям, практике и перспективам его развития, системе поиска и отбора кадров уделяется недостаточное внимание. Практически отсутствует методология разработки и создания эффективной системы формирования кадрового резерва.

В современной литературе понятие «резерв кадров» трактуют по-разному. Проанализировав определения разных авторов и выявив схожие направления можно выявить общее сходство и сформулировать определение следующим образом: резерв кадров организации – это группа работников, прошедших предварительный отбор, с повышением квалификации, которые могут получить вышестоящую должность посредством замещения на открытую вакансию.

Кадровый резерв можно разделить на два вида – внешний и внутренний резерв. Внешний резерв образуют работники, которые не числятся в компании, но очень ценные. Внутренний резерв формируется из специалистов, которых можно перевести на руководящие должности. Задача организации – способствовать развитию сотрудников, введение системы стажировки, подготовка к выполнению новых задач.

Создание кадрового резерва необходимо для более качественного обеспечения организации подготовленными сотрудниками, готовыми в случае необходимости вести не только определенный участок работы, но и другие – по смежным направлениям.

Наличие в кадровом резерве подготовленных специалистов позволяет организации значительно снизить затраты на подбор и адаптацию новых сотрудников, а также построить систему инвестиций в развитие персонала, что в свою очередь значительно повышает нематериальную мотивацию работников и способствует их закреплению в организации.

Кроме того, наличие подготовленного кадрового резерва позволяет значительно снизить риски компании при заболевании ключевых сотрудников или возникновении других непредвиденных обстоятельств.

Цели, предусмотренные организацией при формировании кадрового резерва:

- достижение стратегических целей организации;
- повышение уровня готовности персонала компании к организационным изменениям;
- обеспечение преемственности в управлении;
- повышение мотивации сотрудников организации;
- улучшение финансового положения организации [1, с. 224].

Очевидно, что чем богаче практический опыт работников, глубже теоретические знания, чем выше профессионализм, тем эффективнее, они будут выполнять возложенные трудовые обязанности. Это выгодно и организации, и работникам, к тому же не только экономически, ведь специализированный штат сотрудников является еще и брендом организации, так как, в конечном счете, достижения деятельности организации и уровень конкурентоспособности среди других и подобных организаций, формирует имидж.

При работе с кадрами, тем более при формировании кадрового резерва, необходимо помнить следующее: наивысшую ценность представляют не те, кто обладает уникальными знаниями, а те, кто способен постоянно обучаться новому и применять свои знания на практике. Кроме того, уникальные специалисты часто замыкают весь процесс на себе, и в случае, если им приходится покинуть организацию, работа существенно осложняется. Поэтому нельзя строить работу в расчете на конкретного специалиста, иначе есть опасность стать его заложником ситуации.

Работа по формированию кадрового резерва должна регламентироваться «Положением о кадровом резерве организации». Данный документ направлен на освещение вопросов по организации работы с кадровым резервом, внесения изменений, пополнений в количественный и качественный состав «резервистов». Он выступает практически для каждой современной организации главным элементом развития и становления собственных кадров, действуя в рамках управления персоналом организации, реализуясь как один из основополагающих функций развития ее персонала. Положение разрабатывается кадровой службой с участием руководителей структурных подразделений и обязательным согласованием с руководством организации.



«Положение о кадровом резерве организации» направлено на реализацию следующих целей:

- снижение вероятности возникновения кризисной ситуации в случае увольнения ключевых сотрудников;
- формирование запаса профессиональных, компетентных сотрудников, мотивированных на совершенствование бизнеса;
- поддержка положительного имиджа организации;
- снижение расходов на отбор и адаптацию персонала;
- удержание и мотивация ключевых сотрудников [7, с. 172].

Кроме того, в данный документ могут включаться Приложения, состоящие из образцов документов, необходимых для составления личного дела работника, включенного в резерв кадров, схемы функциональных связей в процессе организации работы с резервом, перечней обязанностей стажера и руководителя стажировки, иных необходимых документов. Рекомендуются в кадровой службе иметь подразделение или специально подготовленного работника, отвечающих за организацию и контроль всей текущей работы с резервом кадров.

При создании кадрового резерва руководство организации ставит перед собой сразу несколько целей:

- немедленное замещение одних сотрудников, на других в случае перевода, увольнения;
- обеспечение менеджерами филиалов и подразделений организации;
- создание и закрепление единых корпоративных стандартов [6, с. 255].

Для того, чтобы минимизировать временные и другие затраты на поиск новых сотрудников, нужно сформировать кадровый резерв, используя метод постоянного пополнения организации специалистами. Кадровый резерв имеет множество преимуществ, но фактически, он имеется лишь в немногих организациях. Как правило, высшее звено руководства не прилагает ни каких усилий к его формированию, при этом упуская следующие достоинства кадрового резерва:

- экономия времени на поиск персонала. К примеру, в компании появляется вакансия, то при наличии кадрового резерва не возникает ни каких проблем замены работников. Если в планах компании через некоторое время расширить штат, то к этому лучше подготовиться заранее;
- вовремя сотрудник подготовлен к переходу на новую должность;
- мотивация сотрудников. Когда подчиненный знает о том, что его ждет повышение, то будет уверен в стабильном заработке. Следовательно, он будет работать эффективнее [11, с. 384].

Проблемы при формировании резерва кадров, состоящие в следующем:

1. Недовольство и конфликты в коллективе.
2. Отсутствие желания высшего звена управления участвовать в процессе. У некоторых руководителей отсутствуют теоретические знания и опыта по стратегическому управлению трудовыми ресурсами. Такие руководители думают, что формирование кадрового резерва – это ненужное отвлечение от основных обязанностей, а также доставляет множество проблем и вреда, чем пользы.
3. Включение в резерв работников, которые лично преданны руководителю или работники, которые оказывают различные услуги, не связанные со служебной деятельностью.
4. Создание кадрового резерва формально. В большинстве организаций, резерв кадров создается формально и никакой работы с ним не ведется или же, если и проводится, такая работа кадровой службой при поддержке высшего звена управления, то не всегда она поддерживается руководителями структурных подразделений, а если и поддерживается, то только на словах, а не на деле.
5. Сотрудники, которые не попали в резерв кадров, будут недолюбливать, и завидовать членам коллектива, которые попали в резерв.

Предотвратить конфликты в коллективе, понадобится донести до подчиненных, в чем суть и цель создания резерва кадров, описать какие выгоды можно приобрести, рассказать о перспективах.

С целью переубедить таких менеджеров, ответственный за создание резерва кадров должен объяснить им, что есть риск потерять ценный персонал с высоким потенциалом, которые могут уйти из организации, если руководство не будем способствовать их развитию, вследствие этого снизится мотивация и ухудшится производительность и снова руководители в обязательном порядке должны поговорить с невошедшими в кадровый резерв подчиненными, убедить, что у них тоже есть шанс попасть в кадровый резерв, если эффективность их работы повысится. Но оказаться просто в резерве недостаточно – нужно суметь закрепиться на месте, достичь высоких результатов в профессиональном развитии, и постоянно стремиться к лучшему.

Несколько раз в год следует проводить оценку сотрудника. В итоге оценки будет решено, кого исключить из кадрового резерва, а кого добавить в резерв.

Каждый сотрудник может оказаться на месте друг друга, поэтому важно, постоянное развитие профессиональных качеств [8, с. 462–464].

Формирование, ввод и функционирование системы работы с кадровым резервом как частью стратегического развития предприятия зависят от трех главных факторов:

1. Поддержка высшего звена управления;
2. Авторитета кадровых служб и их руководителей;
3. Подготовленности работников кадровых служб и руководителей, задействованных в системе работы с резервом кадров.

Значительно снижает эффективность работы с кадровым резервом или делает цели организации недостижимыми либо отсутствие, либо слабость одного из выше перечисленных факторов [6, с. 255].

Формирование и развитие резерва кадров и работа с ним могут быть действенными только при поддержке высшего звена руководства организации, и не просто следующего моде в управлении персоналом, а реально знающего, который понимает необходимость кадрового резерва для стратегического развития организации.

Для продуктивной работы с кадровым резервом необходимо, чтобы руководство понимало цели и задачи при его формировании, а также что резерв кадров – это долгосрочная инвестиция в трудовые ресурсы.

При работе с кадровым резервом в современных организациях необходимо учитывать следующие рекомендации:

- Сформировать базу данных о потенциальных кандидатах в кадровый резерв, отметив все качества и навыки, которыми обладает каждый из них, для того чтобы в нужный момент найти подходящего для появившейся вакансии человека, а также следить за актуальностью данных.

- Определить количество основных критериев, по которым можно отслеживать прогресс системы кадрового резерва, например, процент должностей, заполняемых внешним или внутренними кандидатами; процент, уходящий сотрудников из компании, потому что их развитию не уделялось достаточно времени и др.; регулярно осуществлять мониторинг, анализ и делать выводы.

- Информировать подчиненных о том, что каждый может получить шанс попасть в кадровый резерв – главное соответствовать определенным критериям.

- Не менять своего отношения к сотрудникам – резервистам. Не допустимы мнения о привилегиях или поощрениях в работе (помимо дополнительного обучения) [2, с. 239].

Достижение положительного эффекта от работы с кадровым резервом может быть в случае, если развитие резерва является главной частью системы работы с персоналом организации, при проведении определенного комплекса стандартных процедур и мероприятий.

Время от времени следует пополнять резерв кадрами извне не стоит, и признать значимость для современных организаций создания внутреннего резерва кадров, который состоит из высококвалифицированных сотрудников, долго и эффективно работающих на предприятии, преданные своей работе, разделяющие ее корпоративные принципы. Экономически это важно и существенен такой фактор, который говорит о пользе создания именно внутреннего резерва кадров, как сохранение служебной (коммерческой тайны), так как в России проблема конкуренции чрезвычайно остра.

Таким образом, развитие резерва кадров протекает по основным этапам:

1. Этап планирования;
2. Этап формирования резерва;
3. Этап работы резервистами.

Каждый этап несет в себе отдельную функциональную нагрузку. Нужно это для того, чтобы в организации увеличивалось число квалифицированных руководителей из обычного персонала организации и при освобождении вакантных мест, назначить своевременно резервистов, успешно прошедших подготовку и которые удовлетворяют требованиям свободной должности. При проведении такой работы важно правильно осуществить выбор среди резервистов, с помощью выбора метода и проведения оценки кандидатов в резерв по самым важным и значимым критериям, а также оценка процесса подготовки работника, включенного в резерв [10, с. 432].

В заключении следует отметить, что кадровые резервы – это мощнейший и высокоэффективный инструмент во всей системе управления персоналом, позволяющий решать вопросы в самых широких масштабах и проводить политику на должном уровне. Создание группы резерва обеспечит преемственность в управлении, повысит уровень готовности сотрудников к изменениям в организации, их мотивацию и лояльность, что приведет к снижению уровня текучести кадров и общей кадровой стабилизации. Наличие кадрового резерва позволяет значительно сэкономить финансовые и временные ресурсы при подборе, обучении и адаптации ключевых сотрудников, что также немаловажно.

## Литература

1. Архипова Н.И. Управление персоналом организации. Краткий курс для бакалавров / Н.И. Архипова, О.Л. Седова. – М.: Проспект, 2016. – 224 с.
2. Базаров Т.Ю. Управление персоналом. Практикум: учебное пособие / Т.Ю. Базаров. – М.: ЮНИТИ, 2014. – 239 с.
3. Гасникова С.Ю. Мотивация – как основной инструмент современного менеджмента / С.Ю. Гасникова, Л.С. Пучкова, А.Н. Чердниченко // Экономика и современный менеджмент: теория и практика. 2016. № 60. С. 91–95.
4. Звoryгина В.С. Правовое регулирование режима рабочего времени / В.С. Звoryгина, Ю.С. Тихонова, А.В. Тагирова. // Экономика и социум. – 2016. – № 4-2 (23). – С. 1140–1144.
5. Козлова О.А. Внешние факторы, определяющие кадровую политику компаний в будущем / О.А. Козлова // Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук. 2015. № 3-1. С. 180–182.
6. Куприянчук Е.В. Управление персоналом: ассессмент, комплектование, адаптация, развитие: учебное пособие / Е.В. Куприянчук, Ю.В. Щербакова. – М.: ИЦ РИОР, НИЦ ИНФРА-М, 2013. – 255 с.
7. Лукьянова Т.В. Управление персоналом: Теория и практика. Управление инновациями в кадровой работе: учебно-практическое пособие / Т.В. Лукьянова. – М.: Проспект, 2012. – 172 с.
8. Персань Н.В. Основные проблемы управления кадровым резервом в организации / Н. В. Персань // Молодой ученый. – 2015. – № 22. – С. 462–464.
9. Петрова В.С. Адаптация сотрудника на новом рабочем месте в крупных организациях / В.С. Петрова, Ю.Л. Виноградова // Семнадцатая региональная студенческая научная конференция Нижневартковского государственного университета: статьи докладов / отв. ред. А.В. Коричко. – Нижневартковск, 2015. – С. 517–520.
10. Семёнов А.Г. Управление персоналом (для бакалавров) / А.Г. Семёнов, Т.Е. Баева, С.Н. Бекасова. – М.: КноРус, 2013. – 432 с.
11. Яхонтова Е.С. Стратегическое управление персоналом: учебное пособие / Е.С. Яхонтова. – М.: ИД Дело РАНХиГС, 2013. – 384 с.

УДК 338

**К.О. Черданцева, студент**

*Научный руководитель: О.И. Ковтун, канд. ист. наук  
г. Новосибирск, Новосибирский государственный университет экономики и управления*

## ИНСТИТУЦИОНАЛЬНЫЕ ЛОВУШКИ

Определение «институциональные ловушки» часто встречается в литературе, описывающей реформы ценообразования, а также налоговой, бюджетной, кредитной, денежной систем и других экономических институтов. Данный факт является важной проблемой, с которой сталкивается правительство при проведении рыночных реформ.

В англоязычной литературе данный термин говорит об «эффекте блокировки» (по Д. Норту это означает, что тяжело переменить принятое решение). Неоинституциональная теория рассматривает институциональную ловушку как неэффективную устойчивую норму или институт, который имеет самоподдерживающий характер (этот термин предложил В.М. Полтерович). Здесь устойчивость говорит о том, что если в системе является важной неэффективная норма, то во время изменений она может проникнуть в «институциональную ловушку» [3, с. 42]. Когда же прекратится внешнее воздействие, неэффективной норме не удастся выйти. Неэффективный институт понимается как отклонение от «стандарта» поведения.

Примером институциональных ловушек могут являться уклонения от уплаты налогов, коррупция, долги, действие черного рынка и т.д. [1].

Главная причина институциональных ловушек – нехватка согласования между государством и рынком. В экономической теории существуют два главных механизма координации экономического поведения – рынок и государственная политика. Когда рынок выдерживает поражение, правительство обычно устраняет развитие институциональных ловушек или облегчает выход из них при помощи улучшения механизмов репутации. Применяет амнистию, улучшая практику администрирования и выбирая нужную макроэкономическую политику.

Тяжелый исход «институциональных ловушек» содержится в том, что, несмотря на то, что они сглаживают плохие краткосрочные последствия неподготовленных, весьма быстрых преобразований, в то же время не дают развития долгосрочному экономическому росту.

Также причина появления институциональных ловушек – несопоставимость краткосрочных и долгосрочных интересов экономических агентов и комбинация моделей поведения, появившихся на основе этих интересов, с экономической эффективностью.

Для большей наглядности мы рассмотрим некоторые примеры «институциональных ловушек» подробнее [10, с. 17–18].

#### Неуплата налогов

Институт налогообложения в современном мире – важная часть результативного функционирования экономической системы государства. С помощью налогов появляются денежные фонды для реализации функций государства. На сегодняшний день в России есть склонность к неуплате налогов. Мало кто задумывается о том, для чего же необходимы налоги и что случается при их неуплате. Одни стараются оставить принадлежащее ему, другие говорят, что собранные деньги будут непродуктивно распределяться. В связи с этим при нецелесообразной политике государства неуплата налогов может быть наилучшим действием для общества в целом. Избегание от налогов может быть морально мотивировано. Доверие колеблется, если государство совместно увеличивает налоги и уменьшает расходы на социальное обеспечение, люди не ощущают хорошего результата от увеличивающейся налоговой нагрузки, что происходит и в России. Именно в этом случае неуплата налогов является «институциональной ловушкой».

Поговорим о кривой А. Лаффера, которая демонстрирует связь между ставками налогов и налоговыми поступлениями в государственный бюджет.

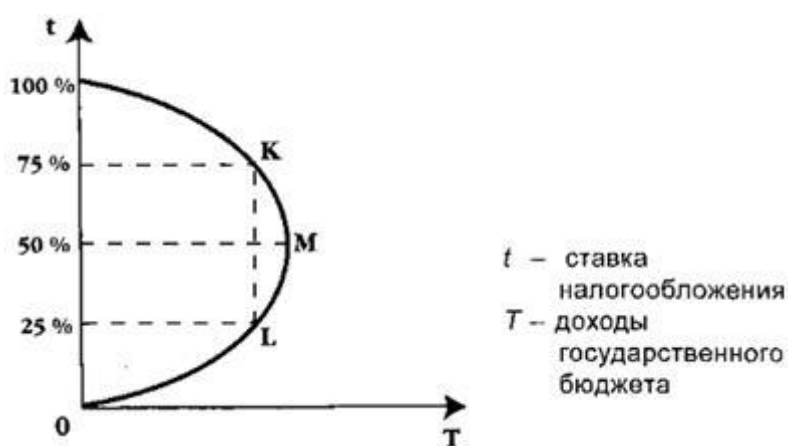


Рис. 1. Кривая А. Лаффера

Нам наглядно показано, что повышение налоговых ставок до точного момента будет уходить к увеличению собранных налогов. Следующий рост уменьшает мотивы к производственной деятельности (в связи с тем, что основная часть дохода должна быть отдана в государственный бюджет), замедляет рост научно-технического прогресса, тормозит экономический рост и приводит к уменьшению поступлений налогов в бюджет. Эта зависимость показана Кривой Лаффера. На уровне размер налоговых цен наилучший. Он гарантирует предельное прибытие денежных средств в бюджет. Налоговые поступления увеличиваются в моменты экономического подъема. Они понижаются во время спада, а трансфертные платежи сокращаются в моменты экономического роста и увеличиваются в периоды спада.

Уход от налогов возможен при том, что налоги излишне большие, а система принуждения к их уплате неэффективна. При этом шанс нахождения каждого неплательщика мал. Чем выше шкала уклонения, тем меньше предположений об ущербе от неуплаты для каждого неплательщика.

Как обычно, освобождение из институциональной ловушки нуждается в больших затратах. Это происходит как при установлении «решительных мер» (усиления контроля, ужесточения наказаний, уменьшения налоговых ставок), так и при систематическом улучшении налоговой системы.

#### Коррупция

Факторы возникновения коррупции: понижение моральных норм, государственного и общественного контроля, нецелесообразная политика государства и большая разница доходов. Существуют случаи, при которых система, где распространяется коррупция бывает эффективнее чем, система без нее. Чем выше уровень коррупции, тем сложнее найти коррупционеров. Механизм коррупции и неуплаты налогов взаимосвязаны и схожи.

Обращение в начальное состояние или выход из институциональной ловушки связан с большими издержками преобразований. Это и ограничивает какие-либо важные отображения, предрешая этим долгое существование безрезультативной нормы, помимо этого выход из институциональной ловушки может ослабляться такими государством, влиятельными группами интересов и т.д.

Можно говорить о двух основных выходах из институциональной ловушки в границах теории институциональных изменений и теории трансакционных издержек [3, с. 44]:

1. Эволюционный – обстоятельства исчезновения основываются на экономической системе. Примером является разгром институциональной ловушки, способствовавший усилению экономического роста и появлению кризиса и т.д.

Переломный момент (бифуркационная точка истории) – трансакционные издержки функционирования безрезультативного стандарта, преобладающие над трансформационными издержками гашения прошлой нормы и/или появления новой.

Как пример можно рассмотреть появление новых конфигураций образования труда или производства. В рамках институциональной терминологии институтов – это цеховые системы, тресты, синдикаты, маркетинг и т.д.

2. Революционный, при котором уничтожение и возмещение безрезультативной нормы происходит волонтаристским способом, по итогу реформ, говорящих об изменении культурных ценностей общества и осуществляемых, в частности, государством, или от его имени отдельными группами интересов. Если такие перемены связаны с перераспределением собственности и говорят об интересах основной части социальных групп, то преобразования происходят очень медленно, встречаясь с сопротивлением тех сфер, чьи интересы стесняются, что запускает сильно быстрый рост расходов трансформации. Здесь удача зависит от пропорции средств и готовности «идти до конца» различных групп интересов.

Классификация издержек выхода из институциональной ловушки [3, с. 45]:

- издержки принятия нового закона;
- издержки усиления культурной инерции (нежелание трансформировать старые стереотипы);
- издержки, связанные с разгромом механизма пробивания устаревшего порядка;
- издержки адаптации нового образца к существующей институциональной среде;
- издержки появления сопровождающей нормы, без которой действие последнего закона будет безрезультативно и т.д.

За последние восемь лет в условиях преобразования появляются такие две группы противоречий, которые приводят к институциональным ловушкам:

1) нестабильность макроэкономических условий (социальных, экономических, идеологических институтов);

2) противоречия между не формальными институтами, подлежащими тому или иному обществу, и трансплантированными формальными институтами.

Рассмотрим таблицу 1, в которой говорится об институциональных ловушках, которые появляются в малоустойчивых условиях.

Таблица 1

**Институциональные ловушки, возникающие в нестабильных экономических условиях [9, с. 2]**

<b>Причины возникновения</b>	<b>Институциональные ловушки</b>
Несовершенство экономических институтов	1. Рентоориентированное поведение 2. Размывание» прав собственности
Несовершенство политических институтов	1. Провозглашаемый антилегаллизм
Несовершенство идеологических институтов	1. Персонифицированное доверие
Неконгруэнтность формальных и неформальных институтов	1. Системные институциональные ловушки: «Жизнь одним днём». 2. Высокие трансакционные издержки

Создается благоприятная институциональная среда для бизнеса при равенстве неформальных норм и импортируемых формальных норм [7]. В ином случае повышаются издержки за наблюдением правил, отличающихся от норм, которые поддерживает общество. Такие издержки относятся к трансакционным. Они являются еще одной системной институциональной ловушкой [2, с. 142].

«Жизнь одним днем» – пример институциональной ловушки, при которой идет переориентация долгосрочной модели поведения экономических субъектов на краткосрочную как в экономической деятельности, так и в повседневной жизни. Как отмечает профессор Л.Н. Фиськова, «достаточно типичны ситуации, когда в связи с развитием и ростом рыночного сегмента происходит рост числа экономических субъектов, которые недовольны своим положением на рынке. Они пытаются улучшить свое благосостояние, используя оппортунизм как средство достижения своих личных целей. В условиях трансформационной экономики сформировались институциональные ловушки, служащие основой оппортунистического поведения» [11, с. 206-208]. К их числу имеет смысл отнести, например, несоответствие внутренней и внешней мотивации к труду, когда работник нацелен на интересную,

творческую работу, но не может её получить в связи с отсутствием современных, технологически обеспеченных рабочих мест. Высокой трудовой отдаче и добросовестному труду препятствует низкий уровень оплаты труда на многих российских предприятиях, институциональное несоответствие между неформальными институтами и внешними нормами, определяющими условия оплаты труда [4, с. 84.] В период кризиса, с одной стороны, появляются тенденции к росту и разнообразию форм оппортунистического поведения среди сотрудников, но, с другой стороны, кризисные явления в экономике лидерам рынка в той или иной сфере прививают более высокую культуру управления и поведения [6, с. 142].

Рентоориентированное поведение – пример институциональной ловушки, при которой организации или фирмы манипулируют через законодательные и экономические условия. Часто это происходит через захват власти насильственным путем, чтобы перераспределить государственные ресурсы. Другое явление – «размывание прав собственности» – права собственности неверно установлены и почти не защищены.

Примером еще одной институциональной ловушки является провозглашенный антилегаллизм, при котором происходит трансляция правил и норм из нелегальной сферы в легальную с их последующей институционализацией, все большее число экономических агентов начинает им следовать.

Бедность населения – основная институциональная ловушка современного мира. В границах статистики определена небольшая доля бедного населения по сравнению с реальностью. В отдельных регионах и населенных пунктах бедность является обширной проблемой. Ей характерны маленькие доходы, плохие жилищные условия, недоступность качественного образования и медицины, бескультурье [8].

Таблица 2

**Численность населения с денежными доходами ниже величины прожиточного минимума и дефицит денежного дохода [9, с. 2]**

Показатель	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Численность населения с денежными доходами ниже величины прожиточного минимума, млн человек	42,3	25,2	21,5	18,7	18,8	18,2	17,9	18,1
В процентах от общей численности населения	29,0	17,7	15,2	13,3	13,4	13,0	12,6	12,8
Дефицит денежного дохода, млрд руб.	199,2	286,9	276,6	270,3	325,0	352,1	380,2	426,9
в процентах от общего объема денежных доходов населения	5,0	2,1	1,6	1,3	1,3	1,2	1,2	1,2

По таблице 2 можно сделать вывод, что численность населения России с доходом меньше прожиточного минимума в течение 2011–2015 годов была почти на одинаковом уровне, а именно, 18 млн человек. Нехватка денежного дохода увеличилась с 199,2 млрд руб. в 2008 году до 426,9 млрд руб. в 2015 году.

Совершенствование экономики России и в дальнейшем будет сопутствоваться институциональными ловушками. Чем быстрее социум поймет угрозу ловушек, тем меньше станут трансформационные издержки по выходу. Тогда страна сможет превратиться к 2020 году в одного из мировых технологических лидеров.

В заключении хотелось бы отметить, что институциональные ловушки – крупная преграда для экономического прогресса большинства стран. Одним удалось найти подход к результативному равновесию довольно быстро, другие исследовали его в течение долгого времени. Главная причина институциональных ловушек – нехватка координации. В экономической теории изучаются два главных механизма координации экономического поведения – рынок и государственная политика. Когда рынок выдерживает поражение, правительство обычно устраняет развитие институциональных ловушек или облегчает выход из них при помощи улучшения механизмов репутации. Применяет амнистию, улучшая практику администрирования и выбирая нужную макроэкономическую политику. Очень часто ни рыночные взаимодействия, ни правительственные меры не дают подходящего результата. Появление политической демократии также не устраняет побочный эффект. Нужно улучшать институты гражданского общества. Понимание этого должно усилить уже слияние исследований гражданской культуры и теории экономического развития.

#### Литература

1. Балацкий Е. Теория институциональных ловушек и правовой плюрализм // Общество и экономика. – № 10. – 2001.
2. Баскин А.С. Стратегия модернизации и институциональные ловушки // Вестник Удмуртского университета. – 2013. № 2-1.
3. Бренделева Е.А. QWERTY- эффекты, институциональные ловушки с точки зрения теории транзакционных издержек. – № 2. – Том 4. – 2006.

4. Варакса А.М. Институциональная экономика. Учебное пособие / А.М. Варакса. – Новосибирск: Сиб. гос. ун-т водн. трансп., 2016. – 114 с.
5. Гуляева Л.А., Ковтун О.И., Немцева Ю.В. Ценовые войны и экономические кризисы в России. [Текст] / Л.А. Гуляева, О.И. Ковтун, Ю.В. Немцева // Современные тенденции в науке и образовании: Сборник научных трудов по материалам Международной научно-практической конференции: в 5 частях. Москва: ООО «АР-Консалт», 2015. – С. 140–143.
6. Ковтун О.И., Таннагашева Р.И. Анализ видов оппортунистического поведения и возможности его предотвращения / О.И. Ковтун // Проблемы экономической науки и практики: Сборник научных трудов / под ред. С.А. Филатова. – Новосибирск, 2015. – С. 81–88.
7. Костин М.Д., Аппанова Ю.Э., Удалов А.А. Подходы к определению видовых характеристик контрактных отношений в современной институциональной экономике // NovaInfo.ru. 2016. № 44-4. С. 174–177.
8. Малкина М.Ю. Институциональные ловушки инновационного развития российской экономики // Журнал институциональных исследований. 2012. Т. 3. № 1.
9. Марченко Т.И., Мезенина Е.А., Моница Е.В. Институциональные ловушки в российской экономике // Экономические науки. № 45-2. – 2016.
10. Полтерович В.М. Институциональные ловушки и экономические реформы / В.М. Полтерович. – М.: Российская экономическая школа, 1998.
11. Фиськова Л.Н. Институциональные ловушки процесса формирования хозяйствующего субъекта // Проблемы современной экономики: Материалы Международной научно-практической конференции (14–15 октября 2010 г.). – Донецк: ДонНТУ, 2010. С. 203–208.

**УДК 331.108.26**

***А.Н. Чередниченко, студент***

*Научный руководитель: С.Ю. Гасникова, канд. культурологии, доцент  
г. Нижневартовск, Нижневартовский государственный университет*

## **МЕТОД ОЦЕНКИ ПЕРСОНАЛА ДЛЯ МАЛЫХ И СРЕДНИХ ОРГАНИЗАЦИЙ**

Успешная деятельность отдельно взятой организации во многом зависит от эффективного управления человеческими ресурсами. В современном мире роль человеческих ресурсов, а также управление ими имеет огромное значение. Важно правильно подобрать квалифицированный персонал, который отвечает всем требованиям организации. Однако, это является довольно сложной задачей. Любая организация обладает потребностью в наличии объективной информации о состоянии и перспективах развития персонала. Именно поэтому оценка персонала незаменима в управлении человеческими ресурсами.

В литературе оценке персонала посвящено немало работ, авторы которых описывают сущность, критерии и методы оценки. Необходимо отметить работы таких авторов как: Т.А. Беркутова [1], И.А. Волкова [2], Т.А. Галынчик [3], А.Я. Кибанов [4], О.А. Козлова [5] и др.

Оценка работника представляет собой процедуру, проводимую с целью выявления степени ответственности личных качеств работника, результатов его деятельности определенным требованиям [6].

Наиболее важным является правильно подобрать метод оценки. Прежде всего, заметим, что выбор тех или иных методов оценки должен быть обусловлен стоящими перед компанией задачами, а также другими не менее важными факторами, такими как размер организации, сфера деятельности и другие.

В настоящее время, к сожалению, многие руководители недооценивают роль оценки персонала. Средние организации намного реже используют оценку персонала, не говоря уже о малых организациях. Это связано с тем, что руководители думают, что HR – это сплошные затраты и во многом неоправданные.

Такой подход, безусловно, ошибочный, так как персонал – это один из ключевых элементов организации, который требует особого внимания. Руководители всех уровней должны осознавать значение оценки персонала, уметь оценивать эффективность используемых при этом процедур. От эффективно выстроенной процедуры оценки персонала во многом зависит качество человеческих ресурсов в организации, их вклад в достижение целей организации, качество производимой продукции или предоставляемых услуг, а также финансовые результаты деятельности организации.

Оценка персонала необходима не только руководителю организации, но и самим сотрудникам. Так можно выделить следующие преимущества оценки для персонала:

- 1) Определение роли каждого работника в организации;
- 2) Понимание поставленных целей и задач, зависимости оплаты труда от результатов труда;
- 3) Взаимопонимание и обратная связь с непосредственным руководителем;

- 4) Гарантия того, что достижения работника не останутся без внимания;
- 5) Возможность профессионального и карьерного роста в организации [4].

Для выявления реального отношения работников к оценке была разработана специальная анкета. Ответить на вопросы было предложено работникам двух небольших организаций в сфере фармакологии. В анкете были представлены следующие вопросы:

- Удовлетворены ли вы работой в вашей организации?
- Считаете ли вы, что ваш вклад в развитие организации недооценивается?
- Считаете ли вы оценку персонала важным элементом системы управления человеческими ресурсами в организации?
- Считаете ли вы, что оценка персонала требует больших затрат времени и денег и поэтому не выгодна для малых и средних организаций?
- Хотели бы вы, чтобы в вашей организации проводилась периодическая оценка персонала?

По результатам проведенной анкеты были получены следующие результаты (табл. 1).

Таблица 1

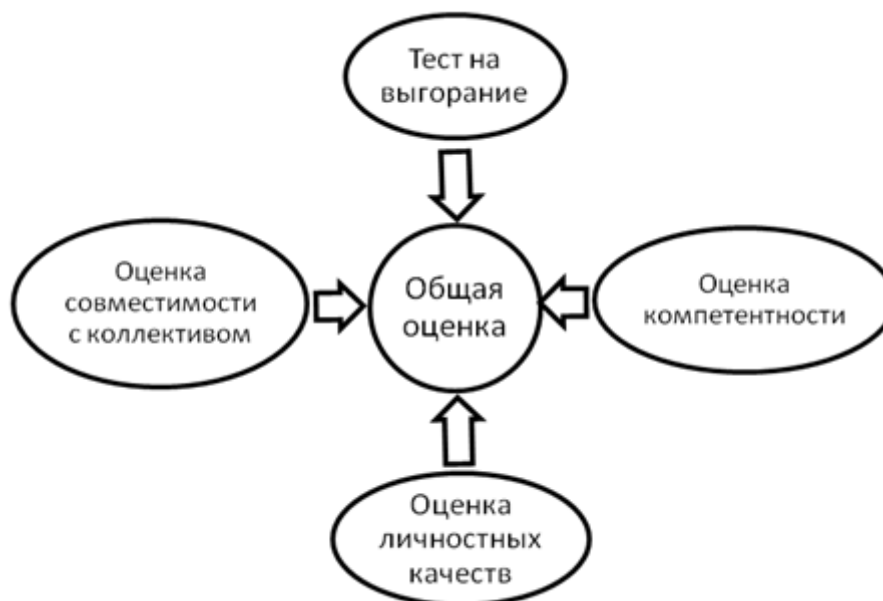
**Результаты проведенного опроса**

	Организация № 1	Организация № 2
Количество сотрудников	24	18
Опрошено, из них	17	14
За внедрение оценки персонала	12	10
Затрудняются	3	2
Против внедрения оценки персонала	2	2

На основании полученных данных можно сделать вывод, что подавляющее большинство работников опрашиваемых организаций (примерно 70%) считает, что оценка персонала – это важный инструмент управления человеческими ресурсами и готовы к внедрению данных методик в их организации.

Однако для малых организаций сложно подобрать эффективный метод оценки персонала. Для решения данной проблемы автором статьи был разработан комплексный метод оценки персонала, который позволит выявить сильные и слабые стороны сотрудников, оценить их вклад в деятельность организации, при этом не прибегая к большим финансовым затратам.

Основной особенностью данного метода является оценка сотрудника сразу по нескольким направлениям. В первой части метода оценивается компетентность, личностные качества, совместимость с коллективом и степень выгорания на рабочем месте (рис. 1). Вторая часть – оценка персонала методом заданной балльной оценки. В результате будут получен показатель общей оценки, на основе которого руководитель сможет принять необходимые управленческие решения.



**Рис. 1. Схема метода оценки персонала**

Наиболее подробно рассмотрим первую часть метода. Она включает 4 этапа.



Линейному руководителю оцениваемого сотрудника необходимо предварительно собрать общую информацию (возраст, профессия, стаж, заслуги и прочее) и предоставить данные в отдел кадров.

На первом этапе происходит оценка компетентности сотрудника. Для этого разработан оценочный лист, который заполняется оцениваемым и его непосредственным руководителем. Необходимо оценить предложенные критерии по пятибалльной шкале (от 1 до 5 – от менее выраженного до преобладающего). Затем полученные баллы суммируются отдельно по самооценке и оценке руководителем. Критерии оценки могут меняться в соответствии с должностью оцениваемого. Так в оценочном листе для менеджера по персоналу акцент делается на такие критерии как наличие высшего образования, знание современных методик управления и их успешное применение, знание основ трудового законодательства, владение системой мотивации персонала, организаторские способности и прочее.

На втором этапе предлагается оценить профессиональные и личностные качества сотрудника. Для этого разработана оценочная анкета, которая заполняется непосредственным начальником, независимым и оцениваемым сотрудником. Из пяти высказываний по каждой категории следует выбрать только одно и оценить по пятибалльной шкале. Всего в анкете шесть категорий: ответственность, инициативность, целеустремленность, культурный уровень, честность, отношение к работе. Далее полученные баллы суммируются и находится средняя арифметическая из трех полученных суммарных баллов.

Третий этап – это оценка степени выгорания сотрудника на рабочем месте. Синдром эмоционального выгорания – это реакция человека на рабочие стрессы, включающая в себя психологические, физиологические и поведенческие компоненты. Своевременное выявление синдрома эмоционального выгорания необходимо потому, что данное явление оказывает негативное влияние не только на жизнедеятельность конкретного сотрудника, но и на функционирование организации в целом [7].

Чтобы выявить наличие у работника синдром эмоционального выгорания, сотруднику предложен ряд утверждений, с которыми он либо соглашается, либо дает отрицательный ответ. Например, такие высказывания «каждый раз, когда на выходных я вспоминаю о работе, мое настроение портится; мои обязанности приелись мне, я выполняю их на автомате; меня раздражает коллектив».

За каждый ответ «да» начислите 1 балл. Затем полученные баллы суммируются и в результате получаем суммарный балл. Чем он выше, тем сильнее у работника выражен синдром эмоционального выгорания. На основе этих данных руководитель может принимать определенные решения, например, ротация кадров, поручение новых обязанностей, участие сотрудников в проектах и другое.

На четвертом этапе происходит оценка совместимости сотрудника с коллективом. Данная процедура поможет руководителю выявить особенности во взаимоотношениях сотрудников, возможные конфликты и оценить психологический климат в целом. Так коллектив, основанный на уважении, взаимопомощи, доверии и общности, сам по себе является хорошим нематериальным стимулом для сотрудников.

Для оценки совместимости сотрудников им будет предложена анкета, в которой представлен ряд оценочных критериев. Каждый сотрудник проставляет баллы его коллегам по шкале: 0,2 – «да; соответствует полностью», 0,1 – «не уверен; частично соответствует», 0 – «нет; не соответствует». Критерии могут быть следующими: комфортность работы, теснота общения, доброжелательность, отсутствие конфликтов, готовность помочь и другое. В результате по каждому сотруднику будет получено несколько характеристик (баллов) в зависимости от численности коллектива. Все они складываются, и получается общий балл оценки.

Для расчета максимально возможного балла необходимо применить следующую формулу:

$$P=Y*0,2*(n-1),$$

где P– максимально возможный балл, Y – количество критериев оценки, n – количество оцениваемых сотрудников.

В итоге, получены четыре разных балла по каждому этапу оценки, все баллы складываются, и получается суммарный балл, который поможет сравнивать сотрудников. Данная информация по каждому сотруднику заносится в сводную таблицу. Также формируется заключение оценочной комиссии, на основе которой руководитель может делать выводы, принимать необходимые решения, давать рекомендации.

Вторая часть метода – оценка персонала методом заданной балльной оценки. Его иначе называют методом присвоения очков. Руководитель заранее определяет количество баллов или очков за каждое достижение работника. Затем в конце заданного периода подсчитывается сумма набранных баллов и в соответствии с ней определяется деловой уровень работника. Данный метод не требует

особых затрат, а также с помощью такой оценки можно получить информацию о реальных достижениях сотрудников и их потенциале, на основе которого возможно принимать управленческие решения.

В заключении проводится оценочная беседа с сотрудником, на которой ему оглашаются результаты оценки и сформированные рекомендации.

В результате получаем два результата оценки, на первом этапе – информацию о личных качествах сотрудника, его квалификации и отношении с коллективом, на втором – информацию о результатах его труда.

Таким образом, представленный метод оценки персонала является эффективным и не затратным по финансам. Его главным достоинством является всесторонняя оценка сотрудника не только со стороны руководителя, но и его коллег и личная самооценка своих качеств и компетентности. С помощью разработанного метода руководитель всегда будет обладать объективной информацией о состоянии и перспективах его персонала.

Также важной особенностью данного метода является то, что на его основе можно внедрить или усовершенствовать существующую систему вознаграждения персонала. Оплата труда на основании четкой оценки вклада каждого работника – это хороший дополнительный стимул для повышения своей производительности, самоотдачи и приемлемости работников организации.

#### **Литература**

1. Беркутова Т.А. Оценка персонала как управленческая задача: эффективность, компетенции, деловые коммуникации / А.Т. Беркутова. – Екатеринбург-Ижевск: УрО РАН, 2007. – 568 с.
2. Волкова И.А. Адаптация персонала как способ формирования кадровой политики организации / И.А. Волкова // Научно-методический электронный журнал Концепт. 2017. № S1. С. 1–5.
3. Галынчик Т.А. Реализация трудового потенциала: управление развитием человеческого капитала организации // Управление человеческими ресурсами – основа развития инновационной экономики. – 2010. – № 2. – С. 218–221.
4. Кибанов А.Я. Основы управления персоналом / А.Я. Кибанов. – М.: Инфра-М, 2007. – 598 с.
5. Козлова О.А., Расцукина Т.В. Трехмерная модель формирования HR-бренда работодателя // Культура, наука, образование: проблемы и перспективы: Материалы V Международной научно-практической конференции. – 2016. – С. 310–313.
6. Маслов Е.В. Управление персоналом предприятия: учеб. пособие / Е.В. Маслов. – М.: Москва–Новосибирск, 2013. – 310 с.
7. Шекшня С.В. Управление персоналом современной организации: Учебно-практическое пособие / С.В. Шекшня. – М.: ЗАО «Бизнес-школа «Интел-Синтез», 2002. – 368 с.

**УДК 339.564.2**

***Д.С. Чернопиский, студент***

*Научный руководитель: О.А. Козлова, д-р экон. наук, профессор  
г. Нижневартовск, Нижневартовский государственный университет*

## **К ВОПРОСУ УПРАВЛЕНИЯ ТОВАРОМ В СИСТЕМЕ КАТЕГОРИЙНОГО МЕНЕДЖМЕНТА**

Значение торговых организаций в экономическом развитии регионов приобретает все более весомое значение [2]. Необходимо постоянно пересматривать современные инструменты, чтобы иметь возможность конкурировать на рынке, что обуславливает необходимость для предприятий торговли более ответственно формировать свою систему управления в целом и ассортиментом в частности. С учетом потребностей покупателей, то есть ориентации на потребителя торговым организациям необходимо, прежде всего, рационально организовывать товарную политику. В условиях современной действительности, одним из способов рациональной организации товарной политики является категорийный менеджмент [6]. Однако данная система управления товарными запасами получила широкое распространение на российском рынке сравнительно недавно, что вызывает ряд сложностей при ее практическом применении. Все вышесказанное обуславливает актуальность темы исследования, в частности методов категорийного менеджмента, процессу разработки и внедрения категорийного менеджмента в управление товарами торговой организации.

Анализ научной литературы по теме показал, что четко сформулированного определения и единой трактовки понятия «категорийный менеджмент» не существует. Авторы, определяя категорийный менеджмент, делают различные акценты [1–4].

Торговой организации при формировании системы управления товарными категориями необходимо уделять ключевое внимание выбору методов категорийного менеджмента. В свою очередь,

методы категорийного менеджмента определяются В.М. Кисилевым и М.А. Николаевой как способы управления товарными категориями, с целью обеспечения ее эффективной реализации [3, с. 125]. Назначением методов категорийного менеджмента является достижение и поддержание рационального товарооборота товарной категории в целом, а так же отдельно каждого товара, который входит в данную товарную категорию.

Методы категорийного менеджмента подразделяются на две группы (рис. 1).



Рис. 1. Классификация методов категорийного менеджмента [3, с. 125]

Как видно из рисунка каждая группа включает в свой состав несколько методов. Охарактеризуем каждый из методов более подробно.

Основу метода категорийной систематизации ассортимента составляет понимание различной значимости товаров для субъектов товародвижения. Данный метод предполагает дифференцированное управление различными товарными категориями, что способствует эффективному распределению ресурсов, а так же обеспечению согласованности действий участников товародвижения. В рамках данного метода формирование товарной категории и система управления ею осуществляется с учетом общности стратегической значимости товаров.

Метод гармонизации структуры товарной категории включает в себя шесть аспектов:

- обновление товарной категории;
- расширение товарной категории;
- модификацию товарной категории;
- исключение;
- акцентирование;
- ранжирование цен [1, с. 49].

Обновление товарной категории предполагает включение в нее качественно новых товаров, при неизменном уровне цен данной товарной категории. Такое обновление осуществляется с целью достижения оптимальной насыщенности товарной категории.

Расширение товарной категории так же предполагает включение в товарную категорию новых товаров, но отличием является то, что в данном случае эти товары существенно отличаются по ценовому уровню товарной категории.

Такой прием как модификация товарной категории подразумевает частичное изменение основных показателей и свойств товаров определенной категории. Модификация товарной категории предусматривает:

- изменение товарных свойств;
- увеличение интенсивности потребления товаров;
- создание иных способов или сфер использования товаров категории;
- изменение или создание новых форм и методов реализации продаж;
- качественные изменения в торговом обслуживании.

В случаях, когда товары из товарной категории не выполняют возложенные на них задачи целесообразно применение приема исключения. Четко определенных критериев, определяющих необходимость исключения того или иного товара из товарной категории нет. Они определяются в конкретном случае и изменяются в зависимости от ситуации.

Ранжирование цен в пределах товарной категории способствует увеличению товарооборота. Это обусловлено тем, что в данном случае торговые организации имеют возможность дифференцировано использовать психологические методики ценообразования.

Аналитический метод формирования и управления товарной категории «Метод ABC-анализа» предусматривает классифицирование множества товаров в соответствии с их основными характеристиками. Применение данного метода для управления товарным ассортиментом достаточно многообразно и однозначного алгоритма не существует.

Эффективное управление категориями товаров обеспечивается благодаря согласованности действий по их поставкам со стратегией и показателями торгового обслуживания покупателей (например, формы и методы). В соответствии с этим товары группируют по признаку их общности или сходства [4, с. 270].

Исследуя научную литературу по проблеме, автором был сделан вывод, что одним из методов управления товарными категориями в торговой организации, который используется с целью продвижения товаров, является мерчандайзинг [1, с. 72]. В последнее время в процессе организации продвижения товаров большое внимание специалисты уделяют маркетингу, в частности такому его инструменту как мерчандайзинг. Грамотно организованный мерчандайзинг способствует увеличению объемов продаж, вызывая у потребителей желание купить и, следовательно, повышает эффективность самого предприятия.

Мерчандайзинг представляет собой систему стратегии продвижения товара в торговых сетях, которая стимулирует конечного потребителя к осуществлению покупки. Организация мерчандайзинга как технологии позволяет торговой компании экономить бюджет, увеличивает объемы продаж, и как следствие объемы прибыли. С точки зрения покупателя упрощается процесс его ориентации в помещении торговой сети.

Таким образом, методы формирования системы управления товарными категориями в торговой организации различны. При выборе того или иного метода, так же как и при определении классификационных признаков необходимо учитывать специфику товара, цели торгового предприятия, кадровые и технические возможности организации. Правильно подобранные методы системы управления товарными категориями будут способствовать повышению эффективности деятельности всего торгового предприятия, а так же рационализации маркетинговой и товарной политики организации.

Разработка и внедрение категорийного менеджмента является достаточно емким процессом, требующим предварительной подготовки, а так же регулярного мониторинга, с целью оценки эффективности деятельности категорийных менеджеров. Процесс перехода торговой организации на категорийный менеджмент осуществляется в 3 этапа. В свою очередь каждый из этапов процесса перехода торговой организации на категорийный менеджмент, по мнению В.М. Киселева и М.А. Николаевой, включает в себя множество последовательных операций [3, с. 75].

Один из ключевых вопросов, возникающих в процессе внедрения категорийного менеджмента в торговую организацию, заключается в том, как правильно определить долю каждой товарной категории в пространстве торгового зала, чтобы все категории были достойно представлены и положительно работали на общий конечный результат. Решать этот вопрос можно по-разному, однако самый распространенный способ – когда доля, отводимая отдельной категории в торговом пространстве магазина, соответствует ее доле в общем товарообороте организации или его валовой выручке.

При внедрении категорийного менеджмента в торговую организацию возможно возникновение ситуации, когда появится конкуренция между категорийными менеджерами торговой организации. Это будет обусловлено желанием каждого из них наиболее выгодно расположить свой товар в зале, обеспечив тем самым большее внимание покупателей, получить больший бюджет на рекламные мероприятия и так далее. Такая конкуренция негативно скажется на деятельности организации, поскольку при управлении товарными категориями стоит учитывать тот факт, что покупатель воспринимает ассортимент торговой организации как единое целое. И чтобы не допустить конфронтации между категорийными менеджерами необходимо:

- централизованное управление деятельностью категорийных менеджеров торговой организации. На практике данная функция возлагается на коммерческого директора, который регулирует развитие той или иной товарной категории с учетом целесообразности для всей торговой организации;
- наличие понимания у категорийных менеджеров о едином восприятии потребителем торговой организации, а так же о необходимости отсутствия пренебрежительного отношения даже к «малозначимым» товарным категориям;
- обеспечить сотрудничество категорийных менеджеров, которое позволило бы проводить совместные акции различных товарных категорий. Например, сыр и вино.

Таким образом, можно сделать вывод, что внедрение категорийного менеджмента в торговую организацию должно производиться системно. Не смотря на разделение товарного ассортимента на категории, необходимо обеспечить возможность их взаимодействия друг с другом, что в свою очередь будет способствовать увеличению прибыли предприятия. Управление каждой товарной категорией, особенно в розничных торговых организациях должно осуществляться с учетом множества факторов, в частности и с деятельностью по управлению другой категорией, и общими целями магазина.

#### Литература

1. Воронов А.А. Категорийный менеджмент: управление ассортиментом торговых предприятий: учебное пособие / А.А. Воронов, А.Р. Муратова. – Краснодар: ООО «Издательский Дом – Юг», 2016. – 140 с.
2. Гасникова С.Ю. Роль и значение малого предпринимательства в социально-экономическом развитии // Матер. III Всероссийской научно-практической конференции «Культура, наука, образование: проблемы и перспективы». – 2014. С. 115–117.
3. Киселев В.М. Категорийный менеджмент: учебное пособие / В.М. Киселев, М.А. Николаева. – М.: Дашков и К°, 2012. – 227 с.
4. Туманова З.В. Категорийный менеджмент – современная система управления ассортиментом / З.В. Туманова // Кооперация в науке и инновациях: материалы Международной научно-практической конференции профессорско-преподавательского состава, сотрудников, докторантов и аспирантов вузов по итогам работы за 2014 год / Автономная некоммерческая образовательная организация высшего образования «Российский университет кооперации». – 2015. – С. 268–275.
5. Сухостав Е.В. Категорийный менеджмент как система развития эффективного распределения товаров// Сборн. науч. тр. XI Междунар. науч.-практ. конфер. «Экономические науки и прикладные исследования: фундаментальные проблемы модернизации экономики России», посвященной 110-летию экономического образования в Томском политехническом университете / Национальный исследовательский Томский политехнический университет. 2014. С. 287–291.
6. Сухостав Е.В., Козлова О.А. Стратегические направления развития маркетинга в системе распределения // Вестник Забайкальского государственного университета. 2016. Т.22. № 11. С. 140–150.

УДК 338.2

**Н.С. Чернышов, студент**

*Научный руководитель: Е.С. Пермякова, канд. экон. наук, доцент  
г. Барнаул, Алтайский государственный технический университет им. И.И. Ползунова*

## СТРАТЕГИЧЕСКОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ НА ПРЕДПРИЯТИИ: ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА

За последние десятилетия усиление конкуренции отмечено фактически во всем мире. Еще не так давно она отсутствовала во многих странах и отраслях. Рынки были защищены и доминирующие позиции на них были четко определены. И даже там, где существовало соперничество, оно не было столь ожесточенным. Значение конкурентоспособности, позволяющей фирме выжить в конкурентной борьбе, резко возросло в последнее время. Все компании в условиях жесткой конкурентной борьбы и быстро меняющейся ситуации должны не только концентрировать внимание на внутреннем состоянии дел в компании, но и выработать долгосрочную стратегию, которая позволила бы им поспевать за изменениями, происходящими в их окружении.

Актуальность темы обусловлена тем, что эффективность деятельности экономических субъектов определяется их стратегией. Организации, уделяющие пристальное внимание вопросам стратегии, оказываются более конкурентоспособными и устойчивыми. Вопросы формирования стратегии актуальны как для крупных, так и для малых организаций, как для государственных предприятий, общественных организаций, так и для коммерческих структур.

Как пишет О.С. Виханский, стратегия – это долгосрочное качественно определенное направление развития организации, касающееся сферы, средств и формы ее деятельности, системы взаимоотношений внутри организации, а также позиции организации в окружающей среде, приводящее организацию к ее целям [1].

Такое определение стратегии позволяет организации не ограничиваться в своем поведении, потому что стратегия лишь определяет направление движения в сторону конечного состояния, оставляя полную свободу выбора организации с подстройкой под постоянно изменяющиеся ситуации. В данном случае стратегию в общем виде можно охарактеризовать как выбранное направление, путь даль-

нейшего поведения в среде, функционирование в рамках которого должно привести организацию к достижению стоящих перед ней целей.

В текущей рыночной ситуации достаточно сложно переоценить необходимость стратегического управления на предприятиях, так как постоянно меняющаяся экономическая среда требует от организации оперативной разработки стратегии, которая позволит сохранить преимущества на динамичном рынке услуг и товаров (с учетом возможной диверсификации своей деятельности).

С проблемой разработки стратегии дальнейшего развития неизбежно столкнулось предприятие ОАО «Черемновский сахарный завод».

«Черемновский сахарный завод» расположен в Алтайском крае в с. Черемное. Завод начал свою деятельность с ноября 1961 г. Его мощность составляла полторы тысячи тонн свеклы в сутки. Когда в 1991 году начались реформы перехода экономики на рыночную, стал подготавливаться проект по приватизации завода. И 30-го декабря 1992 года администрация павловского района зарегистрировала акционерное общество открытого типа под названием «Черемновский сахарный завод». Чтобы каждый из работников был совладельцем своего предприятия, были приняты меры реорганизации – ОАО было преобразовано в ЗАО. Но позднее, у «Черемновского сахарного завода» сложились проблемы с поставками необходимого сырья для изготовления продукции. Тогда было принято решение о привлечение стороннего инвестора. 27.12.2002 ЗАО «Черемновский сахарный завод» был реорганизован обратно в ОАО «Черемновский сахарный завод». 30.12.2002 г. свидетельством Министерства РФ по налогам и сборам серия 22 № 001714725 – было зарегистрировано ОАО «Черемновский сахарный завод».

На сегодняшний день ОАО «Черемновский сахарный завод» входит в десятку крупнейших производителей в сахарной промышленности. Его главным конкурентным преимуществом является качество продукции, за которое завод был неоднократно вознагражден в конкурсе «Лучший товар года». Предприятие постоянно проводит модернизация производства для увеличения объема переработки свеклы в сутки. Это приводит к сокращению сроков и издержек производства, что становится решающим фактором повышения прибыльности компании. Постоянный рост объемов производства требует от организации поиск новых рынков сбыта и расширение уже существующих сетей.

Продукция завода направляется по всем точкам Алтайского края, а также в соседние области и края: кемеровскую область, новосибирскую область, красноярский край, омскую область, Алтай, Якутию и т.д. Основными потребителями сахара-песка при переработке свеклы являются физические лица и пищевые производители. Основными потребителями патоки являются также пищевые производители, спиртовые заводы, биохимзаводы. Вторым отходом производства является жом (обессахаренная стружка). Основными потребителями жома являются фермерские хозяйства. Также к потребителям можно отнести и торговые предприятия, которые занимаются фасовкой для дальнейшей перепродажи продуктов.

Первым шагом к разработке стратегии является изучение окружающей и внутренних сред организации. Наиболее уместным инструментом для проведения анализа выступает метод SWOT. SWOT-анализ ОАО «Черемновский сахарный завод» представлен в таблице 1.

Таблица 1

**SWOT-анализ ОАО «Черемновский сахарный завод»**

	<b>Возможности:</b>	<b>Угрозы:</b>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Свободные посевные поля</li> <li>– Государственная поддержка</li> <li>– Лояльность потребителей к местным производителям</li> <li>– Высокие барьеры входа</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Зависимость от нестабильной отрасли (АПК)</li> <li>– Повышение процента кредитования</li> <li>– Высокие барьеры выхода</li> </ul>
<b>Сильные стороны:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Повышение объемов производства за выполнение гос. заказов;</li> <li>– Расширение рынка сбыта</li> <li>– Получение субсидий на обновление оборудования</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Уменьшение зависимости от АПК за счет увеличения собственных посевных полей</li> </ul>
<b>Слабые стороны:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Открытие новых территорий для сбыта продукции могут расширить каналы сбыта</li> <li>– Лояльность потребителей к местным производителям частично заменяет недостаток рекламы</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Снижение конкурентоспособности</li> <li>– Из-за сезонного производства и нестабильной ситуации в АПК могут повыситься издержки производства</li> </ul>

Стратегия развития предприятия должна быть разработана таким образом, чтобы повысить конкурентоспособность при использовании сильных сторон и возможностей, минимизировав влияние угроз и слабых сторон организации.

Так как предприятие имеет стабильную производственную базу и постоянно наращивает объемы выпуска продукции, то стоит рассматривать стратегии концентрированного роста. Применимо к конкретному случаю отлично подойдет стратегия развития рынка. Суть данной стратегии заключается в адаптации и выведение производимых товаров на новые рынки. Для успешной реализации стратегии необходимо выявить наличие потенциальных потребителей для существующих продуктов предприятия. Варианты включают географическую экспансию, использование новых каналов дистрибуции, поиска новых групп потребителей, которые пока не являются покупателями товаров [2].

Благоприятным рынком для расширения объемов реализации продукции ОАО «Черемновский сахарный завод» является Казахстан. Сахарные заводы Казахстана находятся на юге страны, так как сахарное производство требовательно к удаленности источников сырья. Расположение сахарных заводов представлено на рисунке 1. Еще одним немаловажным благоприятным фактором реализации продукции в республику является вхождение России и Казахстана в Евразийский экономический союз, что значительно упрощает таможенное декларирование.

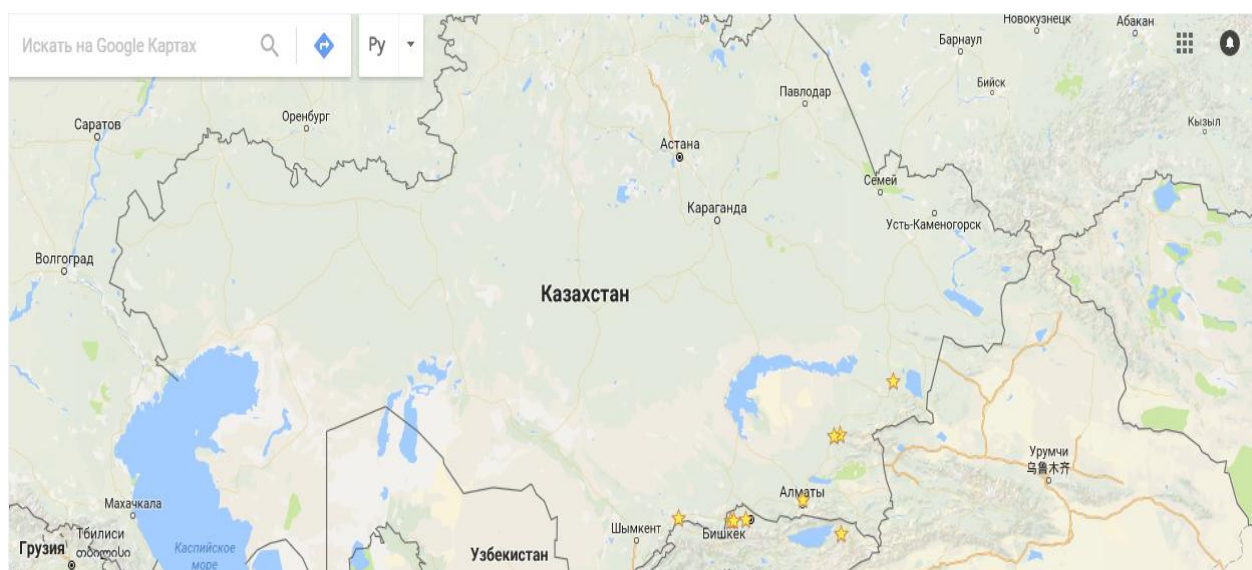


Рис. 1. Расположение сахарных заводов в Казахстане

Емкость рынка северного Казахстана позволяет наладить поставки продукции ОАО «Черемновский сахарный завод», постепенно закрывая спрос на сахар-песок, жом и патоку. Реализация продукция будет осуществлена посредством дилерских сетей в таких городах, как Усть-Каменогорск, Павлодар, Экибастуз, Астана, Караганда.

Успешное внедрение в города северного Казахстана открывает возможность постепенной географической экспансии, что, в свою очередь, приведет повышению прибыльности предприятия. Полученные финансовые ресурсы следует инвестировать в расширение производственной базы и углублению сбытовых сетей не только в Казахстане, но и в России в пределах восточной области.

Сегодня «стратегия» является одним из основных понятий науки об управлении. Стратегическое управление – это не только установление параметров будущего состояния организации, но и прежде всего обеспечение возможности принятия эффективных стратегических решений сегодня, нацеленных на достижение выбранных целей. Поэтому руководителю современного предприятия необходимо иметь представление об основах стратегического управления, чтобы возглавить процесс выработки и принятия стратегических решений, определяющих основные цели, направление и приоритет функционирования и развития организации. На любом этапе своего развития предприятия должно обладать стратегией, которая определяет общее движение деятельности компании. Не исключением является ОАО «Черемновский сахарный завод», который из года в год наращивает объемы произведенной продукции. Для реализации планируемых объемов реализации предприятие нуждается в расширении рынков сбыта. Именно поэтому и была предложена стратегия развития, предполагающая, в частности, выход на рынок, в первую очередь, приграничных регионов Республики Казахстан.

## Литература

1. Долбунов А.А. Маркетинговая концепция управления предприятием //Маркетинг в России и за рубежом. – 2009. – № 2. – С. 56.
2. Матрица Ансоффа // Википедия. URL: [https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9C%D0%B0%D1%82%D1%80%D0%B8%D1%86%D0%B0\\_%D0%90%D0%BD%D1%81%D0%BE%D1%84%D1%84%D0%B0](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9C%D0%B0%D1%82%D1%80%D0%B8%D1%86%D0%B0_%D0%90%D0%BD%D1%81%D0%BE%D1%84%D1%84%D0%B0) (дата обращения: 27.03.2017).

УДК 005.32.(07)

**В.М. Черняков, магистрант**

*Научный руководитель: М.К. Черняков, д-р экон. наук, профессор  
г. Новосибирск, Сибирский университет потребительской кооперации*

## УПРАВЛЕНИЕ ПО ЦЕЛЯМ

Управление по целям – это один из наиболее успешных подходов к управлению эффективностью [1, с. 51]. Основная цель управления по методу целей (целевое управление) – это сосредоточиться на достижении всех целей. Метод «Управление по целям» направлен на преодоление сопротивления персонала организации в процессе стратегических изменений путем формирования наиболее предпочтительных целей развития рассматриваемой системы управления организацией, для достижения которых применяются действия, ведущие к изменению текущих процессов в нужном направлении. Установка развития целей являются определяющими. Для сформулированных целей разрабатываются действия и формируются ресурсы, прежде всего финансовые, способные переориентировать разработанный процесс на достижение их.

Многие менеджеры и специалисты оценивают метод «Управление по целям» как весьма эффективный управленческий метод принятия решений [1, с. 52]. Эффективное использование целевого управления позволит организации получить следующие преимущества:

- производительность сотрудников, которые имеют конкретные цели, гораздо выше производительности работников организации, кому цели не поставлены. Это в первую очередь способствует предоставлению сотрудникам самостоятельности и всеобъемлющей информированности о задачах организации, а также их особой роли в их разрешении;
- возрастает вероятность достижения целей за счет концентрации усилий и менеджеров, и сотрудников на этих общих целях;
- повышаются результирующие параметры деятельности организации за счет заинтересованности сотрудники в достижении целей. Кроме того, непосредственное участие персонала в формировании целей и возможность распоряжения ресурсами, повышает мотивацию;
- целевое управление способствует преодолению сопротивления персонала организации в процессе стратегических изменений и дает возможность быстрой реакции на изменения внешней среды, позволяя персоналу точно знать, что от них требуется, что приводит к улучшению общения между руководителем и подчиненными.

Методика «Управление по целям» осуществляется по следующему алгоритму [2, с. 23] с определением:

1. Целей.
2. Ключевых показателей эффективности.
3. Веса каждой цели.
4. Плановых показателей.
5. Результативности.

Согласно данному алгоритму, оценку действующей организационной структуры управления и декомпозицию структуры была выполнена на примере ООО «Флой», с целью привлечения инвестиций. Аналитический обзор позволил получить ответы на следующие актуальные вопросы: Правильность распределения функциональные обязанностей? Качество их выполнение сотрудниками? Соответствие организационной структуры требованиям окружающей среды? Как наиболее эффективно (быстро и с минимальными затратами) провести структурную реорганизацию? Четкость распределения обязанностей и наличие персональной ответственности.

Мы будем проводить создание «дерева целей», «сверху вниз», от общих целей к частному, от их разложения и восстановления.



В свою очередь, каждая из этих целей будет разложена на цели следующего, более низкого уровня. Суть исполнения этой стадии восстановления состоит в том, что цели должны быть сформулированы на каждом уровне управления, прежде всего по горизонтали. Признавая, что все реальные организации многоцелевые, на данном этапе, на каждом уровне управления должны быть, все цели выбранной стратегии сформулированы. С другой стороны, должны быть выбраны основные цели, при которых и следует проектировать организацию.

Важнейшим моментом применения метода целевого управления является:

1. Донесение выбранных целей каждому подразделению, с обоснованием построения дерева целей. Сущность данной стадии заключается в выявлении взаимосвязанных целей, реализуемых на каждом шаге управления. В результате такой работы достигается возможность создание дерева целей.

2. Донесение целей каждому конкретному исполнителю. На данной стадии достигается возможность реализации определенной ранее цели конкретным исполнителем. В некоторых случаях для понимания необходимой деятельности возникнет необходимость выбранные цели детализировать. Только после установления согласованности системы целей и конкретной деятельности можно утверждать, что выбранные цели доведены до каждого конкретного исполнителя.

Стадия реализации целей включает:

1. Фиксация целей для каждого исполнителя; выявление существования всех ресурсов, необходимых для достижения целей.

2. Создание графика выполнения работ.

3. Контроль за выполнением целей сверху в низ во всей системе управления.

4. Оперативность корректировки процесса управления на любом этапе управления.

При оценке результатов исследований использовался метод снизу вверх с выходом на глобальные цели. Результаты анализировались неформально с учетом мнения персонала.

Цели корректировались после установления степени прогресса в достижении поставленных целей, которые были выбраны ранее или скорректированы.

Разработка «дерева целей» начинается с разработки долгосрочных целей организации. Долгосрочная цель организации ООО «Флой» заключается в сохранении доли рынка одежды.

Достижение поставленной цели организацией ООО «Флой» возможно при реализации следующих подцелей:

1. Маркетинговые мероприятия [3, с. 134].

1.1 Рост эффективности и точности маркетинговых исследований.

1.1.1 Колебание цен от среднестатистических на рынке не более 15%.

1.2 Рост эффективности маркетинговых мероприятий.

1.2.1 Доля затрат на маркетинг к обороту организации должна составлять не более 15%.

2. Снабжение (закупки).

2.1 Увеличение эффективности процесса поставки товаров.

2.1.1 Стабилизация доли постоянных поставщиков.

2.1.2 Сокращение доли затрат на закупку товаров до 20%.

2.1.3 Увеличение числа поставщиков до 30% в год.

2.1.4 Увеличение количества номенклатуры товаров от 1-го поставщика до 40%.

3. Реализация.

3.1 Увеличение размера продаж на 15%.

3.1.1. Доля постоянных клиентов должна быть более 40%

3.1.2 Рост объема реализации на одного сотрудника сбытовых подразделений.

3.1.3 Увеличение числа новых клиентов на 10%.

3.1.4 Увеличение доли крупных клиентов более 30%.

3.1.5 Уменьшение среднего времени обслуживания заказов клиентов до 30 мин.

3.1.6 Рост ассортимента продукции.

4. Складирование.

4.1. Уменьшение складского запаса продукции на 20%.

5. Финансовые ресурсы.

5.1 Сокращение размера финансового цикла до 7 дней.

5.2 Рост рентабельности собственных денежных средств до 30%.

5.3 Стабилизация наилучшего уровня капитала.

6. Учетная политика.

6.1 Исключение штрафных санкций Госконтроля.

7. Трудовые ресурсы [4, с. 30].

- 7.1 Рост уровня удовлетворенности сотрудников.
- 7.2 Совершенствование системы мотивации и стимулирования.
- 7.3 Рост уровня квалификации и профессионализма работников.

При постановке стратегических целей [5, с. 131] необходимо осуществить процесс отбора и ранжирования важнейших целей, при которых ресурсы должны быть выделены. Мы проводили ранжирование целей, используя экспертные оценки по методу парных сравнений [6, с. 20]. Эта технология реализовывалась на примере функциональной стратегии для достижения сохранения доли рынка одежды.

Таким образом, наиболее значимые стратегические цели для достижения сохранения доли рынка одежды являются:

1. Отклонение цен от среднестатистических на конкурентных рынках не более 15%.
2. Снижение доли расходов на покупку товаров до 20%.
3. Рост объема продаж на 15%.
4. Рост объемов реализации на одного работника маркетинговых подразделений.
5. Сокращение среднестатистического времени движения заказов клиентов (от спроса до отгрузки) до 30 мин.
6. Рост ассортимента.
7. Рост уровня удовлетворенности сотрудников организации.
8. Рост уровня квалификации и профессионализма сотрудников организации.
9. Рост использования современных информационных технологий при анализе баланса и бюджета на 30% [7, с. 112].

На основе построенного граф-дерева целей, было разработано дерево стратегий организаций малого бизнеса [8, с. 398]. Предложена стратегия решения актуальных проблем управления организацией. Для организации ООО «Флой» актуальными будут следующие стратегические цели:

- 1) рыночная (активизировать работу на старых рынках с традиционными продуктами);
- 2) продуктовая (оптимизация традиционного ассортимента, расширение ассортимента товаров и услуг);
- 3) оперативная (маркетинговая стратегия средних цен, продажа собственных маркетинговых структур; сохранение отношений со старыми поставщиками, поиск и работа с иностранными поставщиками продукции);
- 4) административная (маркетинг – опора на распределенный маркетинг и собственные исследования; финансы – ориентация на финансовое структурирование организации, финансовое прогнозирование на основе бизнес-модели).

#### Литература

1. Герасимов К.Б. Технология управления индивидуальными целями руководителей // Основы экономики, управления и права. № 5 (17). 2014. – С. 51–54.
2. Сайфутдинова Д.А. Соловьева И.А. Совершенствование формирования переменной части заработной платы на основе целевого управления // Интернет-журнал «Науковедение». Вып. 1. 2014. – С. 21–29.
3. Черняков М.К. Анализ и прогнозирование маркетинговой деятельности на платформе 1С: Предприятие // Вестник Забайкальского государственного университета: теоретический и научно-практический журнал. Выпуск 9(112). 2014. – С. 130–138.
4. Черняков М.К. Статистический анализ рынка труда Новосибирской области // Вестник Сибирского университета потребительской кооперации. Международный научно-теоретический журнал. Выпуск 3(10). 2014. – С. 28–31.
5. Черняков М.К., Черняков В.М. Совершенствование системы управления организацией методом «Управление по целям» // Математические методы и модели в исследовании государственных и корпоративных финансов и финансовых рынков: сборник материалов Всероссийской научно-практической конференции (10–11 декабря 2015 г., г. Уфа). В 2-х ч. Ч. I / отв. ред. И.У. Зулъкарнай. – Уфа: Азтерна, 2015. С. 129–132.
6. Черняков М.К., Черняков В.М. Применение метода «Управление по целям» к системе управления организацией // Вестник Сибирского университета потребительской кооперации. Международный научно-теоретический журнал. Выпуск 3(14). 2015. – Новосибирск, 2015. – С. 19–22.
7. Черняков М.К., Чернякова М.М., Черняков В.М. Информационная технология экономического прогнозирования бюджетов // Информационные технологии в науке, управлении и образовании: Материалы заочной всероссийской научно-практической конференции (14–18 марта 2016 г.). – Новосибирск: ЧОУ ВО Центросоюза РФ СиБУПК, 2016. – С. 109–113.
8. Черняков М.К., Чернякова М.М., Черняков В.М. Развитие малого бизнеса в городе Новосибирске // Социально-экономическое развитие моногородов: традиции и инновации: Материалы научно-практической конференции с международным участием (26–27 мая 2016 г.). – Владивосток: Дальневосточный федеральный университет, 2016. – С. 392–399.

## СОВРЕМЕННЫЙ МИРОВОЙ ФИНАНСОВО-ЭКОНОМИЧЕСКИЙ КРИЗИС, ХАРАКТЕРИСТИКИ ЕГО РАЗВИТИЯ И ОСОБЕННОСТИ ПРОЯВЛЕНИЯ

*Слово «кризис», написанное по-китайски, состоит из двух иероглифов: один означает «опасность», другой – «благоприятная возможность»*  
*Джон Кеннеди*

Тема мирового финансово-экономического кризиса актуальна во все времена, так как такого рода кризис всегда цикличен, его можно предугадать, опираясь на историю уже существовавших кризисов. Если кризис можно предугадать, то значит можно и успеть сформировать стратегии по управлению кризисными ситуациями, а значит избежать банкротства.

Мировой финансово – экономический кризис сопровождается неплатежеспособностью государства по иностранным займам, инфляцией, снижением валютного курса национальных денежных единиц, нарушением равновесия в хозяйственной системе, падением курсов ценных бумаг, превышением государственных расходов над доходами, взаимными неплатежами экономических субъектов, острой нехваткой наличных денег.

Обратившись к истории, можно заметить, что прослеживается некая причинно-следственная цепочка появления кризиса. Череда кризисов возникла еще в первой половине XIX века, и отразилась на экономике развитых стран мира. Начали повторяться кризисы с 1820-х годов, с цикличностью раз в 5-11 лет. В 1825–1826 гг. страдала от кризиса одна Англия, а вот через 11 лет кризис поразил еще и Америку. После этого, еще через 11 лет новый кризис, длившийся с 1847 по 1848 гг. распространился на Германию и Францию. Эти 3 десятилетия дали толчок для старта мощного всеобщего кризиса, который в результате получил статус первого мирового кризиса, потому что оказал влияние на экономику сразу четырех крупнейших государств мира, помимо этого отразился на большом количестве стран Европы и Латинской Америки [3, с. 391].

Далее, в статье рассмотрим кризисы XX и начала XXI века. Утренняя торговля акциями 24 октября в 1929 году на Нью-Йоркской бирже поспособствовала началу «Великой депрессии» Америки. В итоге этой торговли, к 12 часам этого же дня за акцию нельзя было получить абсолютно никакого количества денег. Сразу после этого события произошел обвал бирж в Париже, Лондоне и Берлине. Это повлекло за собой обвал акций и панику во всех финансовых центрах мира.

Следующий мировой кризис был в 1958–1959 гг. Аналитики того времени связали его с окончанием инвестиционного цикла 50-х годов. Между первым и вторым финансовым кризисом прошло 29 лет. События, происходящие во время второго кризиса схожи с событиями первого мирового кризиса, также было падение акции, проблемы с валютными расчетами, суеда на биржах, банкротства компаний, большое количество поглощений компаний. В 1957 году был запущен Советский спутник, размером с чемодан, это событие подтолкнуло к выходу из кризиса значительное число капиталистических держав. Особенно оживилась Америка, ее правительство начало активно финансировать науку, авиацию и, в общем, всю инфраструктуру США.

Третий мировой кризис начался с военных действий между Израилем, Египтом и Сирией, продолжался в период 1973–1975 гг. и был назван экономическим, хотя был вызван, прежде всего, энергетическим кризисом. Промышленное производство потерпело падение, в некоторых странах даже до 15%.

Как и следовало ожидать, четвертый мировой кризис был финансово-энергетическим, а случился в США в 1980–1982 гг. Скачок цены на 1 баррель нефти составил 75%. Это повлияло на логистические и экономические цепочки в экономике США. В то время экономика США играла ключевую роль в мире, поэтому пострадали все страны, связанные в мировом распределении труда с Америкой. Период между возникновением кризисов составил 7 лет.

Пятый мировой кризис случился в 1990-1991 гг., начался он снова с США. Стоимость 1-го барреля нефти выросла на 100%, с 20 \$ до 40 \$. Этот мировой кризис захватил Канаду, Англию, Японию и другие страны

В 1997–1998 гг. произошел шестой мировой кризис. После перехода Гонконга в руки КНР под прицел попали основные валюты Юго-Восточной Азии. В результате спекуляций обвалился гонконг-

ский доллар. Данное событие быстро распространилось по всему миру. Новость о проблемах с валютой на Гонконгской бирже долетела первой до Америки, когда 29 октября 1997 года случился «черный понедельник». А затем «поплыли» все ключевые экономики мира.

Седьмой мировой экономический кризис 2008–2012 гг. разразился совершенно неожиданно. Одной из основных причин кризиса стали высокие цены на сырьевые товары, ставшие результатом планетарной инфляции. Стартовал этот кризис с ипотечного кризиса в США и затронул всю кредитную историю.

Следующий кризис был в 2014–2015 гг. Его последствия ощущает большая часть населения до сих пор, так как многие люди остались без работы в этот период времени в связи с падением производств, потеряли свои сбережения в связи с отзывами банковских лицензий у банков, где были открыты вклады, остались без отдыха в связи с ростом цен на туризм [2, с. 400].

Аналитики выделяют ряд событий, которые способствуют мировому кризису, среди них выделяют следующие: рост безработицы, отзыв банковских лицензий ЦБ, нестабильность биржевых индексов, стремительный рост валют, определение прогнозов с помощью реального положения инфляции, рост стоимости на бензин, вывод инвестиций из России, удорожание продуктов питания, предметов первой необходимости и туризма, падение производства, потребительского спроса. Все сферы жизни оказывают влияние на экономику любой страны. Конечно, в большей степени политическая и социальная сферы имеют вес.

Любой кризис обладает особенностями, такими как: глубина, глобальность, ухудшения положения населения и продолжительность [1, статья 3].

В настоящее время достаточно быстро усиливается взаимозависимость и взаимодействие между отдельными государствами. Аналитики считают, что мировая экономика уже является национально-мировой, по причине того, что экономики некоторых государств стали взаимозависимыми, из-за этого изолировать друг от друга их воспроизводство попросту невозможно. В связи с этим фактом, вопрос о будущем мировой экономики является достаточно острым, так как в данный момент происходят финансовые потрясения в европейских странах. Они в свою очередь оказывают влияние на экономику развивающихся стран, при этом затрагивают еще нетронутые государства, у которых более высокий доход. Постоянное появление различных кризисных ситуаций влияет на увеличение стоимости заимствований во многих мировых регионах, а это ведет к резкому сокращению притока капитала в развивающиеся страны, а также к падению индексов на рынках фондов.

Скорость роста экономического развития ряда стран, например ЮАР, Турция, Бразилия, Россия и др. заметно уменьшилась, в результате этого, даже при усиленной экономической японской и американской активности, рост мировой торговли и экономики в целом замедлился. Замедление развития экономики в развивающихся странах и европейский экономический спад могут усугубить друг друга, а это, естественно, сделает еще слабее экономический показатель и усложнит отношения участников мирового рынка.

Причина возможного нового кризиса кроется в исчерпании возможностей активной модели роста экономики, а также из-за регулярного роста долгов. Сейчас, государственные долги большого количества постиндустриальных стран являются значимым бременем, а этот факт является основным фактором риска в общем для всей мировой экономики. При данном обстоятельстве вполне возможно, что проблемы возникнут именно из-за рынка долгов. Данное умозаключение вытекает при просмотре уровня государственного долга разных стран. По прогнозам аналитиков кризис будет продолжаться в ближайшее время, т.е. в 2016, 2017 года ситуация не улучшится. Улучшение может начаться не ранее 2019 года [4].

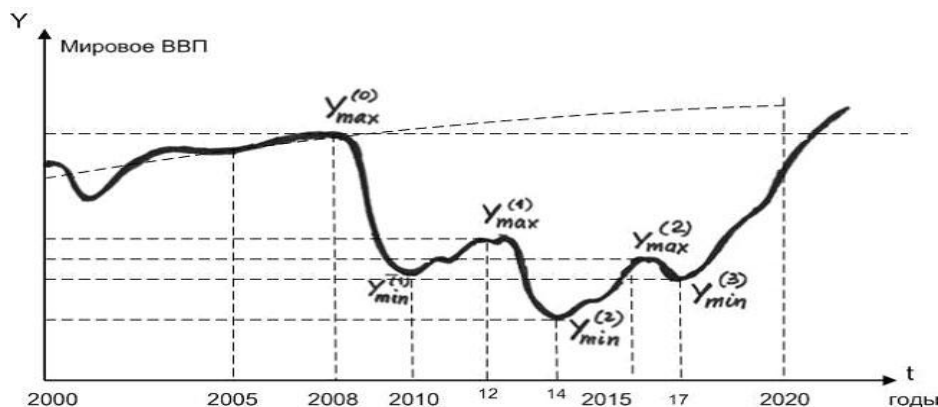


Рис. 1. Прогноз развития кризиса

Помимо прогнозов аналитиков, общество интересуется внешним долго не только государства, в котором они живут, но и других государств тоже. Необходимо отметить, что внешний долг устанавливается на законодательном уровне. Например, в нашей стране используется Бюджетный кодекс, в соответствии с ним внешний долг какой-либо страны перед другими понимается как финансовая кредитная задолженность в иностранной валюте, которую необходимо вернуть в установленный срок стране-кредитору. В сумму такой кредитной задолженности входят как сам заем, так и проценты за его использование, которые непосредственно требуют выплат. Для страны эта сумма задолженности включает обязательства: международным банкам, правительствам других стран мира, частным банкам, которые принадлежат иностранцам. Существующий внешний долг делят на два вида: текущий и общий государственный. Для оценки величины внешнего долга какого-либо государства, специалисты, работающие в сфере экономики и финансов, соотносят кредитную задолженность перед иностранными кредиторами и валовым внутренним продуктом самой страны-должника. В этом случае ВВП выступает в роли макроэкономического показателя, представляющего суммарное количество всего, что страна заработала за год на производимых товарах и услугах.

К показателям внешнего долга относят: платежеспособность страны, ликвидность, показатели по госсектору. С помощью перечисленных показателей можно высчитать за какое время государство-должник вернет долги другим странам. Этими подсчетами занимаются эксперты, которые работают в мировой банковской системе. Они составляют рейтинговые таблицы по внешнему долгу с просчетом процентного соотношения задолженности этого типа к номинальному ВВП. Существует рейтинговая таблица и по странам с наибольшим внешним долгом, но составлена она по итогам 2015 года:

Таблица 1

**Рейтинговая таблица по внешнему долгу за 2015 год**

Название страны	Внешний долг (млн долларов)	Внешний долг к ВВП (%)
США	16 893 000	101
Великобритания	9 836 000	396
Германия	5 624 000	159
Франция	5 633 000	188
Нидерланды	3 733 000	309
Япония	2 719 000	46
Испания	2 570 000	165
Италия	2 684 000	101
Ирландия	2 357 000	1060

В соответствии с изложенной выше информацией, можно сделать вывод, что США лидирует по величине внешнего долга перед другим странам мира. Но наибольшая задолженность у США перед ФРС – Федеральной резервной системой, которая выполняет функции центрального банка этой страны. В заключении необходимо отметить, что в исходя из исторических данных о кризисах и экономического анализа современных аналитиков, а также из политических и социальных событий нашего общества, можно предвидеть кризисные ситуации, а значит избежать банкротства.

#### **Литература**

1. Бюджетный кодекс Российской Федерации. Статья 3. Нормативные правовые акты, регулирующие бюджетные правоотношения (в ред. Федерального закона от 26.04.2007 N 63-ФЗ).
2. Гурова, И.П. Мировая экономика: Учебник для студентов / И.П. Гурова. – М.: Омега-Л, 2012. – 400 с.
3. Шкваря, Л.В. Мировая экономика. Схемы и таблицы: Учебное пособие для студентов вузов / Л.В. Шкваря. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2011. – 391 с.
4. Официальный сайт РИА НОВОСТИ. URL: <https://ria.ru/economy/20080917/151357556.html>

## **ОСНОВНЫЕ СРЕДСТВА НА ПРЕДПРИЯТИИ И ЭФФЕКТИВНОСТЬ ИХ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ**

Все имущество предприятия не зависимо от формы, составляют его активы. Активы участвуют в производстве продукции, а так же обеспечивает внутренние функций предприятия.

По способу переноса цены активов в стоимость продукции различают оборотные и основные средства.

Оборотные средства переходят в стоимость изготовленной продукции в соответствии с понесенным расходом.

Основные средства постоянно участвуют в производстве до выхода их из строя (износ) и их стоимость переходит косвенно в цену производимой продукции, что называется амортизацией.

Одним из показателей финансовой устойчивости предприятия и возможности выпуска продукции является наличие основных средств.

Основные средства предприятия это имущество, постоянно используемое качестве средств труда при изготовлении продукции, выполнении работ или оказании услуг либо для управленческих нужд организации.

Основные средства это обширный показатель в который может входить любое имущество, но главным фактором для отнесения того или иного имущества к основному средству является [7]:

1. Первоначальная стоимость имущества.

2. Срок использования более 12 месяцев.

На практике различают следующие виды ОС:

- здания и сооружения;
- основное и вспомогательное оборудование необходимое для производства продукции;
- измерительные приборы и средства контроля;
- вычислительная техника;
- транспортные средства;
- производственный и хозяйственный инвентарь и принадлежности;
- продуктивный и племенной скот;
- многолетние насаждения и прочие основные фонды.

Так как основными средствами признаются не только материальные вещи, выделяют так же нематериальные активы. К ним относятся:

- программы для ЭВМ;
- патенты
- изобретения;
- селекционные достижения;
- ноу-хау;
- товарные знаки и знаки обслуживания;

Любое основное средство в связи с той или иной нагрузкой на него имеет показатель эффективности использования. Данный показатель формируется на предприятии для анализа и разработки методов качественного и целесообразного использования оборудования. Целью данной работы является максимальное снижение затрат при использовании ОС для максимизации выпуска продукции, что в свою очередь влияет на конечную цену изделия и величины прибыли. В каждом предприятии ведется анализ, позволяющий определить резервы, необходимые для возможности повышения эффективности использования основных фондов [2]. Этот анализ также помогает предприятию на раннем этапе обнаружить негативные отклонения, которые в дальнейшем могут стать серьезными проблемами.

В общем методика повышения эффективности основных фондов состоит из следующих мероприятий:

- 1) Анализ деятельности исследуемого предприятия;

2) Анализ эффективности использования основных производственных фондов, в который входит анализ состава, состояния и движения ОПФ и показателей эффективности ОПФ:

3) Пути повышения эффективности использования ОПФ;

4) Показатели эффективности деятельности предприятия: 1) Выручка; 2) Прибыль от продаж; 3) Себестоимость; 4) Обобщающие показатели эффективности ОПФ

Обобщающим показателем является фондоотдача – объем продукции, произведенной за год или другой период, приходящийся на 1 руб. стоимости основных средств. Ее можно выразить формулой [3]:

$$FO = \frac{П}{Ф},$$

где ФО – фондоотдача, руб.;

П – выпуск продукции, тыс. руб.;

Ф – среднегодовая первоначальная (восстановительная) стоимость основных средств, тыс. руб.

Для определения выпуска продукции используют показатели валовой, товарной, проданной продукции. При расчете фондоотдачи в стоимость основных средств включают как собственные, так и арендованные средства, но исключаются средства, сданные в аренду другим предприятиям, находящиеся на консервации. На изменение уровня фондоотдачи оказывают влияние ряд факторов, которые можно сгруппировать следующим образом (рис. 1).



Рис. 1. Факторы, определяющие уровень фондоотдачи основных средств [4]

Так же выделяют следующие показатели эффективности использования ОС: фондоемкость, фондоемкость, фондоемкость, фондоемкость и т.д.

Существуют несколько направлений повышения эффективности использования основных фондов:

1. Повышение качества сырья. Под повышением качества понимается увеличение содержания полезных веществ в сырье. При использовании сырья лучшего качества увеличивается выход продукции, а так же качество этой продукции, что в свою очередь увеличивает фондоотдачу.

2. Уменьшить потери полезных веществ в отбросах и отходах. Утилизация промышленных отходов и отходов позволяет увеличить объемы продукции до 20%, а фондоотдачу до 10–15% [6].

3. Внедрение улучшенной технологии и техники, которая в свою очередь влияет на процент отходов при производстве продукции, а так же потребляет меньше энергии.

4. Заменить устаревшее оборудования на новое, которое будет более производительным и экономичным для организаций.

5. Своевременно проводить техническое обслуживание и капитальный ремонт основных средств.

6. Повышение уровня квалификации персонала. Эта мера является успешной только в том случае, когда уровень оборудования позволяет увеличение темпа производства.

7. Своевременная модернизация оборудования, а так же замена активной части (резцы, сверла и т.д.) с целью недопущения чрезмерного морального и физического износа;

8. повышение коэффициента сменности;

9. повышение уровня механизации и автоматизации производства;

10. совершенствование организации производства и труда с целью сокращения потерь рабочего времени и простоев в работе машин.

Таким образом, каждый комплекс мероприятий по улучшению использования производственных мощностей и основных фондов должен предусмотреть и обеспечить рост объемов производства продукции, которая будет использоваться за счет эффективного внутрихозяйственного резерва, полного использования машин и оборудования, сокращения сроков освоения вновь вводимых в действие мощностей.

#### **Литература**

1. Бабич О.В. Методика выявления путей повышения эффективности использования основных производственных фондов промышленного предприятия // Менеджмент в России и за рубежом. – 2006. – № 4. – С. 15–18.
2. Бердникова Т.Б. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятия. – М.: ИНФРА-М, 2002.
3. Грузинов В.П. Оценка и переоценка основных средств. – М.: ИНФРА-М, 2008.
4. Карасева И.М., Ревякина М.А. Финансовый менеджмент: уч. пособие / под ред. Ю.П. Анискина. – М.: Омега-Л, 2007.
5. Ладутко Н.И. Учет основных средств и нематериальных активов. – М.: Финансы и статистика, 2008.
6. Финансовые кризисы: история, современность, перспективы. Часть 1 / С.П. Сазонов, А.В. Лукьянова, А.И. Мордвинцев и др. – Волгоград, 2013.
7. Потенциал и перспективы экономического развития России в условиях модернизации / под ред. Г.Б. Клейнера, О.Ю. Мамедова, В.В. Сорокожердьева. – Москва, 2012.

**УДК 338.515**

***Д.М. Чистов, аспирант***

***М.М. Чистов, ученик МБОУ СОШ № 37***

*Научный руководитель: С.П. Сазонов, д-р экон. наук, профессор  
г. Волгоград, Волгоградский государственный технический университет*

### **ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ ПУТЕМ ОПТИМИЗАЦИИ ЗАТРАТ НА ПРОИЗВОДСТВО**

Каждое предприятие по своей сущности создается для выполнения главной задачи – получение максимально возможной прибыли. Максимизация прибыли достигается путем повышения эффективности предприятия. Повышение эффективности – процесс сложный и для его выполнения необходим всесторонний анализ финансово-хозяйственной деятельности предприятия. В общем случае применяется три метода повышения эффективности предприятия:

1. Сокращение затрат
2. Модернизация производства
3. Изменение системы менеджмента.

Как известно цена на продукцию состоит из себестоимости и процента прибыли, для повышения эффективности предприятия необходимо уменьшить себестоимость производимой продукции. Так как себестоимость это комплексное понятие при ее анализе можно найти методы снижения тех или иных показателей. Таким образом сокращение затрат будет состоять из следующих направлений:

1. Оптимизация в сфере затрат на сырье и материалы

Для оптимизации данных затрат возможны следующие решения:

- Пересмотр условий контрактов со своими поставщиками в свою пользу.
- Поиск других поставщиков.

Например, при замене материалов импортного производства на отечественную продукцию существенно снизит затраты.

Как известно посредники за свою работу берут некий процент накрутки к товару, который в свою очередь, смотря у какого уровня посредника закупается товар, увеличивает цену закупки. Еще один существенный шаг по снижению издержек, это устранение числа посредников по закупке мате-



риалов. Если же напрямую покупка товара не возможна, есть смысл найти поставщиков с лучшими условиями.

Следующий шаг – применить в производстве менее дорогие комплектующие.

Возможно даже рассмотреть вариант, при котором предприятие внесет конструктивные изменения в продукцию для перехода на новые материалы.

Объединиться с другими покупателями для закупки материалов у одного поставщика. Данная мера предполагает возможность получения скидки при покупке большого объема товара.

Часть необходимых материалов производить самостоятельно, если это возможно, и выходит дешевле, чем если бы товар закупался извне.

Отработать технологические процессы в сторону ресурсосбережения, что позволит экономить на сырье.

2. Оптимизация затрат по оплате труда путем выбора оптимального вида ее оплаты.

В России трудовое законодательство разрешает сокращать как количество работников, так и заработную плату. В тоже время возможно сократить затраты путем установления оптимального вида оплаты труда.

Один из видов – повременная оплата труда. Согласно ней труд оплачивается за каждый отработанный час, день, неделю или месяц, независимо от выполненного объема работы. Данная норма исключает стимулирование повышения производительности, поэтому необходим тщательный контроль. Стимулом для выполнения поставленных задач является выплата премий и комиссионных. Такой вид оплаты труда устанавливается для работников, у которых тяжело определить выработку (инженерно-технические работники, специалисты, служащие, вспомогательный персонал).

Другой вид оплаты труда – сдельный. При этом виде оплаты заработная плата выплачивается за каждую произведенную единицу продукции. Необходима регистрация рабочего времени, а так же контроль по обеспечению качества выпускаемой продукции. Разновидностью данного вида является дифференциальная сдельная оплата. Согласно ней устанавливается низкий тариф для производства продукции до плановой величины, и высокий при производстве сверх плана. Недостатком этой системы является возможное снижение качества.

Еще одной разновидностью можно назвать комбинированную оплату с гарантированным минимумом. Заработок рассчитывается как величина сдельной ставки на число изготовленной качественной продукции. При этом гарантируется минимальная недельная заработная плата.

Третий вид – премиальные системы оплаты труда. В их основе лежит сдельная оплата труда, но в тоже время исключаются недостатки как сдельной, так и повременной видов оплат. Основопологающим в данном виде является идея премиального вознаграждения за сэкономленное время (в сравнении с согласованной и допустимой нормой).

3. Оптимизация производственных затрат

Основными производственными затратами являются коммунальные и арендные платежи. Рассмотрим методы снижения каждого из них.

Под арендой понимается как получение в пользование за плату недвижимого (цеха, склады и т.д.) так и движимого имущества (станки, транспорт и т.д.) [1]. Для снижения затрат на аренду могут быть применены следующие методы:

- Выкуп арендуемого имущества.
- Снижение арендной платы на имущество.
- Сдача незадействованного имущества или части имущества (неиспользуемые квадратные метры арендуемого помещения) в субаренду.

Снижение затрат на коммунальные платежи достигается путем установления энергосберегающих средств, таких как энергосберегающие лампы, датчики движения и т.д. Но так как основной объем расходов приходится на потребление станков при производстве продукции имеет место пересмотреть технологические процессы на момент экономичности.

4. Оптимизация рекламных затрат на стимулирование сбыта продукции.

Основные вопросы:

Приносит ли реклама доход, который окупает затраты на эту рекламу?

Есть ли подтверждение, что увеличение рекламных затрат способствует повышению уровня продаж?

Концентрация рекламного бюджета должна происходить на самых эффективных видах рекламы. Возможно, стоит пересмотреть договор с рекламным агентством с целью улучшения условий для своей стороны или найти другое агентство.

5. Государственная поддержка.

Государство всячески оказывает помощь сектору бизнеса путем проведения государственных программ. Эти программы способствуют получению льгот и субсидий в разных сферах (налоги, кредиты, аренда земли, целевые программы модернизации и т.д.).

#### 6. Модернизация производства.

Под модернизацией понимают комплекс мероприятий по переоснащению, улучшению, внедрению, замены оборудования и программ с целью повышения производительности и уменьшению себестоимости производимой продукции. Набирает популярность внедрение программ корпоративного управления, которые отвечают за автоматизацию и ускорение работы предприятия. Примером могут служить системы автоматизации документооборота, корпоративные веб-порталы и CRM и ERP-системы [4]. Данный способ является более рациональным и правильным методом повышения эффективности предприятия, в отличие от замены оборудования, для которого необходимо большое количество финансовых вложений.

Цели модернизации предприятий:

- освоение новой продукции;
- повышение эффективности оборудования;
- уменьшение трудоемкости изготавливаемой продукции.
- сокращение производственного цикла изготавливаемой продукции;
- уменьшение брака и сокращение потерь (производительных и непроизводительных);
- оптимизация себестоимости изделия.

#### 7. Реконструкция производства.

Главным вопросом при реконструкции производства является оценка предполагаемой эффективности мероприятий, которая, в свою очередь, зависит от технико-технологической и логистической проработки вопросов:

- наличия и необходимости модернизации логистической инфраструктуры (агрегатов, технологических линий, складов, путей и пр.);
- выбора новой технологии или модернизации существующей;
- выбора состава технологического оборудования;
- проектирования и изготовления специальных устройств. Рассмотрим более подробно примеры решений каждого вопроса.

#### 8. Изменение системы менеджмента.

Этот метод становится все более популярными среди предприятий. При этом предприятия предпочитают не создавать новые системы, а использовать проверенные на практике, такие как: Система менеджмента качества, Теория ограничений систем, 6 сигм и Бережливое производство. Но этот процесс очень трудоемкий и обычно инициатива идет с руководителя предприятия. Изменение системы менеджмента эффективно сказывается на всей работе компании, но происходит с большими изменениями кадров предприятия [3].

Проблемы реализации мероприятий по сокращению затрат.

Реализация программ повышения эффективности на практике может столкнуться с рядом технических, финансовых и психологических проблем. Технические проблемы связаны с внедрением нового оборудования и технологии, изменением производственных и бизнес-процессов. Финансовые проблемы связаны с тем, что обычно предприятие задумывается о снижении затрат, когда финансовые ресурсы минимальны и поэтому на реализацию высоко затратных мероприятий просто нет средств. Психологические проблемы связаны с тем, что сокращение затрат неминуемо отражается на персонале и, соответственно, вызывает недовольство и раздражение. Если же сокращение затрат связано с оптимизацией численности персонала, то это тем более вызывает сопротивление со стороны персонала, а иногда и региональной и муниципальной администрации. Залогом успешной реализации программы мероприятий по сокращению издержек будут:

- качественное планирование и исполнение программ по повышению эффективности;
- независимая экспертиза мероприятий с привлечением внешних экспертов и консультантов;
- поддержка персонала и высокая заинтересованность руководства в реализации программ;
- привлечение надежных источников финансирования для реализации затратных мероприятий.

Успешная реализация программ повышения эффективности позволит компании использовать низкие цены на продукцию и стать конкурентоспособней.

Экономический эффект заключается в дополнительно получаемой прибыли, которая определяется тем, насколько изменится выручка, производственные затраты, налоговые платежи компании в

связи с реализацией данных программ. Таким образом, ключевой подход к применению методов повышения эффективности предприятия заключается в определении того, на сколько больше компания будет получать и на сколько больше будет платить в связи с осуществлением проекта. При принятии решения о реализации того или иного проекта (программы, идеи, альтернативы) учитывается совокупность факторов – экономических и организационных.

Экономический фактор принятия решения заключается в объемах дополнительно получаемой прибыли и показателей «возвратности» инвестиционных затрат [5]. Среди организационных факторов можно отметить наличие эффективной управленческой команды. Команды, способной эффективно организовать работу предприятия, подразделения. Принятие управленческого решения не возможно без обладания достоверной информацией. Достоверность представляемой экономической информации во многом определяется пониманием сути экономических процессов, знанием конкретных методик и подходов.

Без оптимизации затрат невозможно достижение конкурентоспособности и выживание компании в условиях быстро меняющейся среды. Неотъемлемый элемент оптимизации – разработка мероприятий, которые помогают оценить эффективность использования всех ресурсов предприятия, выявить резервы снижения затрат на производстве, собрать информацию для подготовки планов и принятия рациональных управленческих решений в области оптимизации затрат. Без участия управленцев и сотрудников этот процесс не будет результативным.

#### Литература

1. Афонин И.В. Управление развитием предприятия. – М.: ИТК Дашков и К, 2008. – 380 с.
2. Горфинкель В.Я., Швандар В.А. Экономика предприятия. – М.: ЮНИТИ, 2009. – 718 с.
3. Гусева Л.И. Анализ затрат и результатов по центрам ответственности // Экономический анализ. – 2010. – № 1. – 37 с.
4. Финансовые кризисы: история, современность, перспективы. Часть 1 / С.П. Сазонов, А.В. Лукьянова, А.И. Мордвинцев и др. – Волгоград, 2013.
5. Потенциал и перспективы экономического развития России в условиях модернизации / под ред. Г.Б. Клейнера, О.Ю. Мамедова, В.В. Сорокожердьева. – Москва, 2012.

УДК 331.08

**В.А. Чуйкова, студент**

*Научный руководитель: А.В. Тагирова, преподаватель  
г. Нижневартовск, Нижневартовский государственный университет*

### ИЗУЧЕНИЕ ОРГАНИЗАЦИОННОЙ КУЛЬТУРЫ НА ПРИМЕРЕ АО «САМОТЛОРНЕФТЕГАЗ»

АО «Самотлорнефтегаз» является одним из самых крупных нефтедобывающих организаций НК «Роснефть», ведущее работу по разработке центральной и юго-западной части Самотлорского месторождения, состоящее в списке наиболее крупных в России. Имеет огромное значение для экономики России – это и пополнение бюджета, обеспечение функционирования многих отраслей российской экономики, удовлетворение внутреннего спроса в топливе и энергоресурсах и прочее [5].

Главными видами деятельности организации являются разведка и разработка газовых и нефтяных месторождений, бурение параметрических, поисковых, разведочных, эксплуатационных скважин, добыча, транспортировка, подготовка, переработка и реализация углеводородного сырья, обустройство нефтяных и газовых месторождений.

Лицензионный участок Самотлора, находящийся в разработке у Самотлорнефтегаз, имеет площадь 1751 кв. м. Месторождение состоит из 8300 добывающих и более 2700 нагнетательных скважин, которые оснащены самым современным высокотехнологичным оборудованием.

АО «СНГ» основано на базе имущественного комплекса нефтегазодобывающих организаций, эксплуатирующих Самотлорское месторождение. В соответствии с учредительными документами Общество имеет юридический и фактический адрес: 628606, Тюменская область, Ханты-Мансийский автономный округ, г. Нижневартовск, улица Ленина, дом 4. Общество имеет лишь одного акционера на 31.12.2011 г., которым является ПАО «НК «Роснефть». Генеральным директором АО «Самотлорнефтегаз» с 13.08.2015 назначен Мамаев Валентин Геннадьевич.

Уставной капитал Общества на 2015 год приравнивается к 4534513,19 рубля (четыре миллиона пятьсот тридцать четыре тысячи пятьсот тридцать рублей 19 копеек).

АО «Самотлорнефтегаз» использует линейно-функциональную структуру управления: главой отдельного подразделения является руководитель, в руках которого сосредоточены все функции управления и реализующий индивидуальное руководство подчиненными ему сотрудниками.

Рассмотрев детально структуру управления можно выделить ее преимущества:

- наиболее тщательная работа по подготовке решений и планов, которые связаны со специализацией работников;
- линейные руководители не занимаются решением отдельных вопросов, которые относятся к планированию финансовых расчетов, материально-техническому обеспечению и др.;
- связи «руководитель–подчиненный» построены в иерархической лестнице, так что отдельный работник находится в подчинении лишь у одного руководителя.

В тоже время недостатками структуры управления можно назвать то, что:

- отдельные звенья заинтересованы, чтобы были достигнуты лишь их узкие цели, а не общая цель организации;
- отсутствуют тесные взаимосвязи и взаимодействия на горизонтальном уровне между производственными подразделениями;
- слишком развита система взаимодействия по вертикали;
- аккумулируются на верхнем уровне задачи наравне с оперативными стратегическими задачами [3].

Из вышесказанного можно сделать вывод, что хоть и недостатков больше, преимущества преобладают их по значимости.

Организационная культура – важное звено в деятельности АО «Самотлорнефтегаз», неотъемлемый компонент успешной стратегии развития Общества, базирующееся на основных целях и ценностях, которые существуют в Обществе для эффективного взаимодействия с сотрудниками, партнерами и клиентами.

Ключевые инициативы в области организационной культуры Самотлорнефтега включают в себя следующие направления:

- Деловая этика
- Внутренние коммуникации и социологические исследования
- Корпоративные мероприятия

Самым важным, определяющим успех любой организации являются ее сотрудники. Именно от них зависят репутация, авторитет, успешное и устойчивое развитие Общества [4]. Общество оказывает огромное внимание мероприятиям, обеспечивающим благоприятный психологический климат и помогающим формированию условий для реализации потенциала отдельных сотрудников. Именно в этом состоит суть направления деловой этики [2]. С 2015 года в Обществе был введен в действие Кодекс деловой и корпоративной этики (далее – Кодекс), в новой редакции, разработанный на основе лучших международных практик.

Кодекс – один из важных инструментов организационной культуры. Организационные ценности и цели, указанные в Кодексе, нуждаются в осознанной активности и инициативе от каждого сотрудника. Соблюдение ими единых принципов и стандартов поведения помогает сформировать надежную и высокопрофессиональную команду, сплоченных на основе общих целей, культуры поведения и традиций, а также способствует поддержанию на определенном уровне взаимопонимания как в самом Обществе, так и с деловыми партнерами и клиентами.

Совет по деловой этике АО «Самотлорнефтегаз» – совещательный орган, осуществляющий содействие структурным подразделениям Общества в вопросах применения и соблюдения положений Кодекса, находит и принимает различные решения, занимается разработкой рекомендаций для сотрудников и должностных лиц Общества по вопросам, которые относятся к сфере деловой этики и иные действия, в которых за контролем выполнения различных требований отвечает Кодекс.

Работа в Обществе требует неукоснительного соблюдения всеми сотрудниками законодательных, этических и профессиональных норм и стандартов, которые соответствуют потребностям государства, рынка и общества. Общество следует принципам неприятия коррупции во всех формах и проявлениях вовремя осуществления операционной, инвестиционной и других видов деятельности. Общество расценивает все проявления мошенничества как недопустимое, не ориентируясь на сумму нанесенного ей ущерба.

Следовательно, в организации «Самотлорнефтегаз» из ряда факторов можно сделать вывод о существовании основных признаков сильной организационной культуры:

- Руководство уделяет огромное внимание решению социальных задач и предоставлению сотрудникам четких ориентиров;

- Организация готова для разумного риска и позитивно настроены для нововведений;
- В организации имеют наибольшее распространение эффективные коммуникации, а также групповые формы принятия решений;
- Свою деятельность организация ориентирует на коллективные стимулы, что стимулирует лояльное отношение персонала и является хорошей мотивацией для сотрудников;
- в организации успешно развивается самоконтроль, самооценка, которые способствуют принятию эффективных решений и стабильности организации.

Каждая организация – это целостная развивающаяся система с культурой специфическими качествами, присущими данной организации, оказывающей влияние на ее жизнедеятельность [1].

Чтобы определить организационную культуру АО «Самотлорнефтегаз» мною был проведен опрос по методу Куинна и Камерона OCAI.

По результатам опроса, был составлен профиль организационной культуры (рис. 1). На нем видно, что существующая организационная культура оценивается сотрудниками в большей степени бюрократической. Тем не менее, предпочтительный образ – клановая культура.

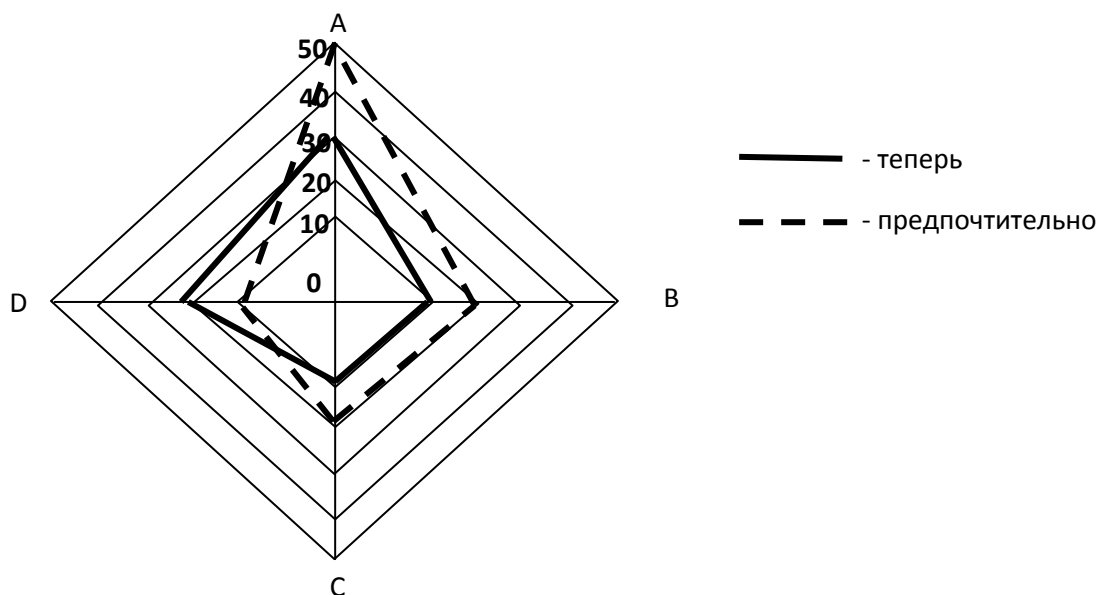


Рис. 1. Профиль организационной культуры

Таким образом, организации необходимо больше внимания уделять ценностям клановой культуры: взаимовыручке; восприятию руководителя как заботливого, справедливого и одновременно требовательного «родителя». В такой культуре сотрудники, независимо от занимаемой ими должности, ждут от руководства внимания к их личности, готовности включать их в общую систему совместного решения производственных проблем и т.д. Понимание данных особенностей позволит руководителю существенно увеличить эффективность управления коллективом.

#### Литература

1. Акперов И.Г., Масликова Ж.В. Особенности формирования организационной культуры в современной России // Сборник научных трудов «Теория коммуникации прикладная коммуникация». Вестник Российской коммуникативной ассоциации. Выпуск 1 / под общей ред. И.Н. Розиной. – Ростов н/Д.: ИУБиП, 2012. – С. 5–7.
2. Байлик С.И. Организационная культура: Учебное пособие. – К.: Вира-Р, 2014.
3. Глушаков В. Сильная корпоративная культура – основа инновационного развития предприятий // Наука и инновации. № 3-4. 2013. С. 14–20.
4. Егоршин А.П. Управление персоналом. – Н. Новгород: НИМБ, 2013.
5. Шмидт Ю.В., Гайнулина Э.З., Тагирова А.В. Сибирь – кладовая природных ресурсов // Современная наука: проблемы и пути их решения: Сборник материалов Международной научно-практической конференции / Западно-Сибирский научный центр; Кузбасский государственный технический университет имени Т.Ф. Горбачева. 2015. С. 572–576.

## **АНАЛИЗ СОВРЕМЕННЫХ ПРОБЛЕМ ЗЕМЕЛЬНО-ИМУЩЕСТВЕННОЙ СФЕРЫ И ИХ ВЛИЯНИЕ НА ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПРОЦЕССЫ СТРАНЫ**

Процессы реформирования отношений в земельно-имущественной сфере, касающихся осуществления операций с земельными участками и иными объектами недвижимости, продолжают в России с 1996 года в рамках механизма программно-целевого бюджетного планирования, а именно, посредством реализуемых федеральных целевых программ (ФЦП), цели, задачи и мероприятия которых направлены на устранение существующих провалов в социально-экономической сфере и обеспечение устойчивого развития регионов и страны в целом.

В настоящее время реализованы следующие ФЦП в рассматриваемой области:

1. Программа «Создание автоматизированной системы ведения государственного земельного кадастра (1996–2001 гг.)».
2. Программа «Создание автоматизированной системы ведения государственного земельного кадастра и государственного учета земельных участков (2002–2008 гг.)»:
  - Подпрограмма «Информационное обеспечение управления недвижимостью реформирования и регулирования земельных и имущественных отношений» (2002–2007 гг.);
  - Подпрограмма «Создание системы кадастра недвижимости» (2006–2012 гг.).
3. Программа «Развитие единой государственной системы регистрации прав и кадастрового учета недвижимости (2014–2020 годы)», временной период реализации которой завершен частично.

Исходя из анализа паспортов этих программ [3–5], их главной целью является создание полного и достоверного источника информации об объектах недвижимости и обеспечение его функционирования на всей территории Российской Федерации. Однако данные официальной статистики свидетельствуют о том, что по состоянию на 01.01.20 – 6 года информационные ресурсы, содержащие сведения об объектах недвижимости заполнены на 87%, причем 58% этой информации не соответствует законодательству [2].

В связи с этим, поиск причин безрезультатности осуществляемых ФЦП, а также выявление и устранение негативных последствий экономического характера являются актуальными в условиях современной действительности.

Отметим, что для функционирования земельно-имущественной сферы необходимо качественное информационное обеспечение данными о существующих на территории Российской Федерации объектах недвижимости. В настоящее время в нашей стране сформированы следующие федеральные информационные системы (ФИС) в области земельно-имущественных отношений:

- государственный земельный кадастр (ГЗК), аккумулирующий сведения о кадастровом учете земельных участков, их местоположении, правовом положении и целевом назначении, о территориальных зонах, а также наличии прочно связанных с земельными участками объектов [10, ст. 1];
- государственный кадастр недвижимости (ГКН), действующий до 31.12.2016 года ресурс, аккумулирующий сведения об учтенном недвижимом имуществе, о прохождении границ Российской Федерации, об особых экономических зонах, о территориальных зонах и зонах с особыми условиями использования территорий, а также о территориях объектов культурного наследия [13, п. 2 ст. 1];
- единый государственный реестр прав (ЕГРП), действующий до 31.12.2016 года ресурс, аккумулирующий сведения о существующих и прекращенных правах на объекты недвижимости, о правообладателях, а также наличии обременений и арестов недвижимого имущества [12, п. 2 ст. 1];
- единый государственный реестр недвижимости (ЕГРН), действующий с 01.01.2017 года ресурс, аккумулирующий сведения ГКН и ЕГРП.

Подчеркнем, что для эффективного функционирования экономических процессов, таких как налогообложение, осуществление операций на рынке недвижимости, в банковском секторе и страховании, в области строительства, территориального планирования, землеустройства и других, вышеуказанные ФИС должны быть высокоинформативными и достоверными. Следует отметить, что на данном этапе развития земельно-имущественных отношений существуют проблемы, препятствующие эффективной реализации ФЦП и, соответственно, не обеспечивающие полноту и достоверность ФИС. В данном контексте представляется необходимым выявление последствий существующих проблем, а также исследование приведших к ним причин.

Итак, среди факторов, негативно влияющих на полноту данных ФИС в области земельно-имущественных отношений можно выделить следующие:

1. Пробелы в нормативно-правовом обеспечении процессов кадастрового учета и государственной регистрации прав на объекты недвижимости:

- заявительный характер учета (согласно п. 2 ст. 16 Федерального закона № 221-ФЗ «О государственном кадастре недвижимости»);
- перекладывание обязанностей переоформления ранее учтенных объектов недвижимости на вторичных собственников (согласно ст. 69 Федерального закона № 218-ФЗ «О государственной регистрации недвижимости»).

2. Недостаточная обеспеченность картографической основой ведения кадастров и реестров, поскольку большая часть картографических данных устарела [1]. Согласно официальной статистике, в настоящее время можно отметить следующие объемы обеспеченности топографическими картами:

- 26% территории Российской Федерации обеспечено крупномасштабными картами, которые соответствуют состоянию местности до 2004 года;
- 35% территории Российской Федерации обеспечено цифровыми картами меньшего масштаба, которые соответствуют состоянию местности 2010–2014 гг. [8]
- Негативным последствием неполноты данных ФИС в области земельно-имущественных отношений является невозможность обеспечения эффективного налогообложения, поскольку:
- согласно п. 1. ст. 390 Налогового кодекса РФ, в качестве налоговой базы по земельному налогу выступает кадастровая стоимость земельного участка, которая, согласно ст. 24.13 Федерального закона от 29.07.1998 № 135-ФЗ «Об оценочной деятельности», определяется только в отношении участков, учтенных в ГКН;
- согласно п. 1. ст. 402 Налогового кодекса РФ в качестве налоговой базы по налогу на имущество физических лиц выступает кадастровая стоимость объекта недвижимости, которая, согласно ст. 24.13 Федерального закона от 29.07.1998 № 135-ФЗ «Об оценочной деятельности» определяется только в отношении объектов недвижимости, учтенных в ГКН.

Таким образом, объекты недвижимости, не включенные в информационную базу ГКН, не подлежат налогообложению.

Фактором, негативно влияющим на достоверность данных ФИС в области земельно-имущественных отношений, является наличие в деятельности регистрирующих и учетных органов:

- кадастровых ошибок, т.е. ошибок в документации, на основе которой формировалась запись об объекте в ФИС;
- и технических ошибок, т.е. арифметических или грамматических опечаток (описок), допущенных специалистами регистрирующего органа.

Для исправления указанных ошибок собственнику необходимо обращаться в суд. Данные статистики арбитражного производства по делам, связанным с осуществлением учетно-регистрационных процедур, свидетельствуют о росте обращений граждан – с 872 дел в 2012 году до 1056 дел в 2016 году [15].

Рассмотрим негативные последствия недостоверности данных ФИС в области земельно-имущественных отношений и их результаты:

1. Отсутствие сведений об обременениях недвижимого имущества влечет за собой риски его будущих владельцев при осуществлении сделки купли-продажи.

2. Отсутствие сведений об обременениях недвижимого имущества также может привести к нарушению законных прав лица, в пользу которого оно установлено.

3. Наложение границ соседних участков влечет нарушение законных прав собственников на недвижимое имущество

4. Ошибки, касающиеся сведений о площади, а также привязки помещений к соответствующему объекту недвижимости влекут за собой исключение объекта из перечня для осуществления кадастровой оценки.

5. Ошибки, касающиеся определения кадастровой стоимости, влекут за собой следующее после определения реальной кадастровой стоимости:

- завышение суммы налога;
- занижение суммы налога, сопровождающееся последующим начислением неоплаченной суммы, а также штрафов.

6. Ошибки, касающиеся данных о виде разрешенного использования земли, а также ее категории влечет за собой потерю права пользования, а также возможную выплату штрафов за нецелевое использование объекта недвижимости.

7. Ошибки в присвоении кадастровых номеров влекут за собой двойной учет объекта недвижимости, а также его двойное налогообложение.

8. Кадастровые и технические ошибки приводят к принятию неверных решений в области урегулирования вопросов, касающихся развития территорий и строительства, а также к необходимости доказательства существования прав собственности для их признания государством.

Следует отметить, что решение проблем полноты и достоверности ФИС возможно посредством качественной проработки мероприятий, осуществляемых в рамках соответствующих ФЦП, на стадиях определения конкретных задач, их реализации на практике и последующего использования полученных результатов.

Как было отмечено ранее, итогом проводимых ФЦП в области земельно-имущественных отношений является безрезультатность. По нашему мнению, причиной этому может служить непроработанность организационного механизма.

Подтверждением этому доводу являются заключения, сделанные в ходе проведенной в 2013 году аудиторами Счетной палаты Российской Федерации проверки эффективности и результативности одной из реализованных ФЦП в области земельно-имущественных отношений – Программы «Создание автоматизированной системы ведения государственного земельного кадастра и государственного учета земельных участков (2002–2008 гг.)», а также подпрограммы «Создание системы кадастра недвижимости» (2006–2012 гг.)», которая выявила большое количество нарушений.

Так, объем неэффективно потраченных средств бюджета – 23,8 млрд руб., что составляет 91% от всего кассового исполнения, из них доля расходов на мероприятия, которые были безрезультатными, составляет 31,22% [7, с. 223]. Анализируя данные проведенной проверки, можно выявить следующие провалы в области реализации предусмотренных программой мероприятий:

1. Практические результаты мероприятий, оплаченных в рамках заключенных государственных контрактов, отсутствуют.

2. Дополнительные контракты заключались с недобросовестными исполнителями предыдущих контрактов с дублированием в них недостигнутых целей.

3. Использование полученных результатов выполненных контрактов осуществлялось не в рамках утвержденных целей.

4. Многие произведенные расходы не были утверждены в бюджетных сметах.

По нашему мнению, результатом провалов организационного характера при реализации ФЦП стало то, что мероприятия, призванные обеспечить полноту и достаточный уровень сопоставимости данных ГКН и ЕГРП, не были осуществлены в полном объеме.

Неоспоримым является факт, что низкий уровень полноты и достоверности информационных баз, содержащих сведения о недвижимом имуществе приводит к невозможности использования объектов недвижимости на законных основаниях в интересах государства и собственников, что оказывает негативное влияние на экономические процессы регионов и страны в целом.

Проведенный анализ позволяет сделать следующие выводы о результате действия всех негативных факторов, являющихся причинами проблем в земельно-имущественной сфере, развиваются следующие процессы экономического характера:

1. Местные бюджеты недополучают финансовые средства от администрируемых земельного и имущественного налогов, поскольку основой для определения налоговой базы являются сведения ФИС в области земельно-имущественных отношений.

2. Невозможность развития ипотечного кредитования под залог недвижимости и создание неблагоприятных условий для инвестиционной активности, поскольку имеет место неуверенность инвестора в исполнении обязательств, а также невозможность использования недвижимости как полноценного ликвидного актива.

3. Невозможность принятия верных решений в области строительства, землеустройства, территориально-экономического планирования и функционального зонирования регионов.

4. Отсутствие гарантий прав собственников на принадлежащее им имущество и невозможность осуществления операций с недвижимостью на всей территории страны.

#### Литература

1. Алексеев В.Е. Картографическое обеспечение региональных информационно-аналитических систем [Электронный ресурс] // GEOMATICS: электронный научный журнал. – Режим доступа: <http://terraview.ru/> (дата обращения: 18.03.2017).
2. О состоянии и использовании земель в Российской Федерации в 2015 году: государственный (национальный) доклад Федеральной службы государственной регистрации, кадастра и картографии. Росреестр, 2016.
3. Налоговый кодекс Российской Федерации (часть вторая): федер. закон от 05 августа 2000 г. № 117-ФЗ (ред. от 29.12.2014) (с изм. и доп., вступ. в силу с 22.01.2015) [Электронный ресурс] // СПС «Консультант Плюс»: Законодательство: Версия Проф. – URL: <http://base.consultant.ru> (дата обращения: 6.03.2017).



4. Постановление Правительства РФ от 10.10.2013 № 903 (ред. от 22.12.2016) «О федеральной целевой программе «Развитие единой государственной системы регистрации прав и кадастрового учета недвижимости (2014-2020 годы)» [Электронный ресурс] // СПС «Консультант Плюс»: Законодательство: Версия Проф. – URL: <http://base.consultant.ru> (дата обращения: 6.03.2017).
5. Постановление Правительства РФ от 13.09.2005 № 560 (ред. от 22.11.2012) «Об утверждении подпрограммы «Создание системы кадастра недвижимости (2006–2012 годы)» Федеральной целевой программы «Создание автоматизированной системы ведения государственного земельного кадастра и государственного учета объектов недвижимости (2002–2008 годы)» [Электронный ресурс] // СПС «Консультант Плюс»: Законодательство: Версия Проф. – URL: <http://base.consultant.ru> (дата обращения: 6.03.2017).
6. Постановление Правительства РФ от 25.10.2001 № 745 (ред. от 10.03.2009) «Об утверждении Федеральной целевой программы «Создание автоматизированной системы ведения государственного земельного кадастра и государственного учета объектов недвижимости (2002-2008 годы)» [Электронный ресурс] // СПС «Консультант Плюс»: Законодательство: Версия Проф. – URL: <http://base.consultant.ru> (дата обращения: 6.03.2017).
7. Рохмистров М.С. Отчет о результатах контрольного мероприятия «Комплексная проверка эффективности управления государственным имуществом, реализации полномочий по регистрации прав на недвижимое имущество и сделок с ним, государственному кадастровому учету недвижимого имущества, а также осуществления надзорных функций за деятельностью саморегулируемых организаций оценщиков и арбитражных управляющих в 2012 году и истекшем периоде 2013 года в Московской области» // Бюллетень Счетной палаты Российской Федерации. – 2014. – № 3 (195). – С. 195–242.
8. Стратегия топографо-геодезического и картографического обеспечения Российской Федерации до 2030 года: проект стратегии / Правительство Российской Федерации // СПС «Консультант Плюс»: Законодательство: Версия Проф. – URL: <http://base.consultant.ru> (дата обращения: 8.03.2017).
9. Федеральный закон от 29.07.1998 № 135-ФЗ «Об оценочной деятельности» [Электронный ресурс] // СПС «Консультант Плюс»: Законодательство: Версия Проф. – URL: <http://base.consultant.ru> (дата обращения: 6.03.2017).
10. Федеральный закон РФ от 02.01.2000 № 28-ФЗ «О государственном земельном кадастре» [Электронный ресурс] // СПС «Консультант Плюс»: Законодательство: Версия Проф. – URL: <http://base.consultant.ru> (дата обращения: 6.03.2017).
11. Федеральный закон РФ от 13.07.2015 N 218-ФЗ «О государственной регистрации недвижимости» [Электронный ресурс] // СПС «Консультант Плюс»: Законодательство: Версия Проф. – URL: <http://base.consultant.ru> (дата обращения: 6.03.2017).
12. Федеральный закон РФ от 21 июля 1997 г. № 122-ФЗ «О государственной регистрации прав на недвижимое имущество и сделок с ним» [Электронный ресурс] // СПС «Консультант Плюс»: Законодательство: Версия Проф. – URL: <http://base.consultant.ru> (дата обращения: 6.03.2017).
13. Федеральный закон РФ от 22.07.2007 № 221-ФЗ «О государственном кадастре недвижимости» [Электронный ресурс] // СПС «Консультант Плюс»: Законодательство: Версия Проф. – URL: <http://base.consultant.ru> (дата обращения: 6.03.2017).
14. <https://rosreestr.ru>
15. <http://www.arbitr.ru>

УДК 339.13.017

*Д.Г. Шарафутдинов, В.С. Свищева, Т.И. Хасанов, студенты*  
*Научный руководитель: В.А. Сайдашева, канд. техн. наук, доцент*  
*г. Казань, Казанский федеральный университет*

## **СОСТОЯНИЕ И РАЗВИТИЕ ИНТЕРНЕТ-ТОРГОВЛИ В РЕСПУБЛИКЕ ТАТАРСТАН**

Появление глобальных сетей связи, и в первую очередь – сети Интернет привело к настоящей революции в области организации и ведения коммерческой деятельности. Интернет-торговля стала неотъемлемой частью экономики любого государства. Если ещё несколько лет назад люди с опаской относились к покупке товаров через Интернет, то сейчас трудно найти человека, который хоть раз бы не воспользовался онлайн-магазином. Показатели количества операций в данной сфере растут невероятно быстро, и она оказывает все большее и большее влияние на мировую экономику [2].

Итак, целью данной работы является исследование состояния и тенденций развития электронной торговли в Республике Татарстан.

На сегодняшний день в России услугами сети Интернет пользуются около 77 млн человек, из которых 47 млн совершают покупки через интернет. 36% покупателей оформляют заказ с помощью мобильного телефона. Согласно опросу, в 2014 году покупки в онлайн-магазинах оплатили картой 61,6% покупателей, в 2015 году этот показатель вырос до 69,3%, доля наличных платежей снизилась за последние четыре года на 25% [4].

Исследования TNS Web Index показали, что в 2016 году количество Интернет-пользователей в ПФО составляет порядка 6,4 млн человек, среди которых 5,3 млн совершали покупки онлайн [1].

Рынок Интернет-торговли в Татарстане является одним из самых динамично развивающихся, имеет значительный потенциал для роста и входит в тройку лидеров по субъектам ПФО. Однако сам Приволжский федеральный округ не является лидирующим (таблица 1) [5].

Таблица 1

**Доля продаж через Интернет в общем объеме оборота розничной торговли по федеральным округам (в процентах)**

<b>Регион</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>
Центральный федеральный округ	0,8	1,2
Северо-Западный федеральный округ	1,0	0,9
Южный федеральный округ	0,5	0,6
Северо-Кавказский федеральный округ	0,1	0,1
Приволжский федеральный округ	0,5	0,5
Уральский федеральный округ	1,1	1,0
Сибирский федеральный округ	0,8	1,4
Дальневосточный федеральный округ	0,2	0,5
Крымский федеральный округ	-	0,1

Доля Центрального округа по количеству интернет-пользователей по-прежнему является наиболее значительной и составляет 20,9 млн человек. При этом самыми быстрорастущими в 2015 году стали Сибирский (рост на 0,6) и Дальневосточный (рост на 0,3) федеральные округа. Данные по Приволжскому округу говорят о том, что рынок интернет-торговли в данном регионе практически не развивается.

Более того, можно оценить место Республики Татарстан в рейтинге интернет – торговли среди других субъектов ПФО [5].

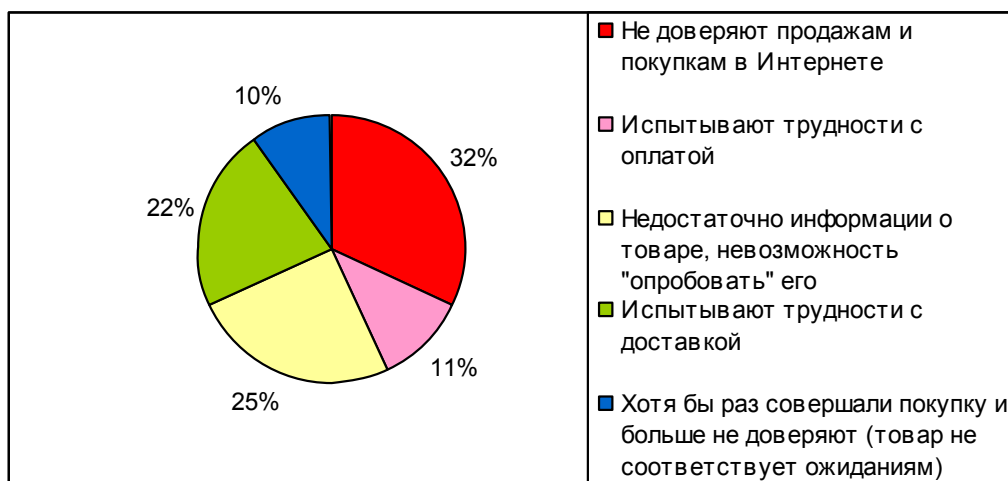
Таблица 2

**Доля продаж через Интернет в общем объеме оборота розничной торговли в субъектах ПФО (в процентах)**

<b>Регион</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>
Республика Башкортостан	0,1	0,1
Республика Марий Эл	0,1	0,1
Республика Мордовия	0,1	0,1
Республика Татарстан	0,6	0,6
Удмуртская Республика	0,2	0,3
Чувашская Республика	0,1	0,1
Пермский край	0,4	0,4
Кировская область	0,1	0,5
Нижегородская область	1,5	1,4
Оренбургская область	0,0	0,0
Пензенская область	0,1	0,1
Самарская область	0,7	0,8
Саратовская область	0,5	0,5
Ульяновская область	0,3	0,4

Оборот Интернет-торговли Республики Татарстан за 2015 год оценивается в 17,5 млрд рублей, а онлайн-продажи Казани составляют 10,1 млрд рублей. Казань входит в число лидеров среди российских городов по количеству пользователей, которые совершали заказы с мобильных телефонов. На таких клиентов в 2015 году приходилось 56% от всех покупателей Казани, предпочитающих шопинг онлайн [3]. Однако, из таблицы видно, что показатели за 2014 и 2015 год равны, следовательно, можем сделать вывод, что рынок Интернет-торговли в Республике Татарстан не имеет тенденции роста.

Для того чтобы выяснить причины застоя на рынке Интернет-торговли, был проведен социологический опрос, респондентами которого стали жители Республики Татарстан в возрасте 18–25 лет в количестве 100 человек, которые являются основной целевой аудиторией онлайн-магазинов. Основные выявленные барьеры для совершения покупок через Интернет представлены в Диаграмме 1.



**Рис. 1. Причины неиспользования Интернет-магазинов жителями Республики Татарстан**

По результатам опроса мы можем сделать вывод, что основными проблемами при совершении покупок через Интернет являются недоверие людей Интернет-продавцам, а также недостаточная информированность о товаре. Более того, многие респонденты испытывали трудности с оплатой и доставкой заказа.

Развитие Интернет-торговли также тормозят барьеры, актуальные для Интернет-продавцов. К ним относятся: риск финансового мошенничества, отсутствие нормативно-правовых актов, регулирующих эту отрасль торговли, большая конкуренция на рынке онлайн-товаров.

Однако и покупатели, и продавцы Интернет-товаров отмечают преимущества данного вида торговли. Покупатели отмечают: существенную экономию времени, широкий спектр предлагаемых товаров, возможность приобрести редкие товары, которые не продаются в обычных магазинах. Продавцы же выделяют дешевую, но очень эффективную рекламу в Интернете, низкие издержки на содержание онлайн-магазина, невысокая стоимость обработки одного заказа, простота в создании (открытии) магазина.

По результатам исследования, мы сформулировали собственные рекомендации по развитию рынка Интернет – торговли.

Итак, для роста данного рынка необходимо обеспечить:

- предоставление большей информации о товаре и продавце;
- удобство и простоту использования онлайн-платформ;
- высокий уровень защиты онлайн-платежей;
- гарантию корректной доставки товаров;
- возможность оплаты товара при получении;
- возможность возврата товара при его несоответствии в течение определенного срока.

Со стороны государства должна быть создана необходимая нормативно – правовая база, регулирующая деятельность онлайн-магазинов. Более того, государству следует производить контроль за продажами в Интернете с целью обеспечения качества товаров и во избежание риска мошенничества.

#### **Литература**

1. Непрерывное маркетинговое исследование товаров и услуг TNS Web Index. Режим доступа: <http://thewebindex.org>, свободный.
2. Паршенцев, А.А. Проблема и перспективы развития электронных магазинов // Маркетинг в России и за рубежом. – 2011. – С. 120.
3. Розничная Интернет-торговля в России. Исследование компании Яндекс. Режим доступа: [https://yandex.ru/company/researches/2015/ya\\_ecommerce](https://yandex.ru/company/researches/2015/ya_ecommerce), свободный.
4. Россия в цифрах: Крат. стат. сб. / Госкомстат России. М.: Финансы и статистика, 2015.
5. Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Республике Татарстан. Режим доступа: <http://tatstat.gks.ru/>, свободный.

## **БОРЬБА С КОРРУПЦИЕЙ**

Коррупция, наравне с финансовыми и налоговыми преступлениями, представляет угрозу интересам не только развитых, но и развивающихся стран. Само понятие коррупции подразумевает под собой подкуп взятками должностных лиц. На наш взгляд, причиной данного явления является не только фактор недобросовестности и непорядочности уполномоченных лиц, но и несовершенство правовых систем и правового регулирования, отсутствия правоприменительной практики и неэффективного межведомственного сотрудничества.

Так, Ковалева Э.Р., Кабашева И.А. рассматривают коррупцию как институциональный барьер, препятствующий активизации инновационной деятельности в российской экономике [1].

Сторонники узкой трактовки определяют коррупцию как подкуп-продажность представителей власти. Так, А.И. Долгова и С.В. Ванюшкин под коррупцией понимают «социальное явление, характеризующееся подкупом-продажностью государственных и иных служащих и на этой основе корыстным использованием ими в личных либо узкогрупповых, корпоративных интересах официальных служебных полномочий, связанных с ними авторитета и возможностей» [2].

По мнению С.В. Максимова, «коррупция – это использование государственными, муниципальными или иными публичными служащими (в том числе депутатами и судьями) либо служащими коммерческих или иных организаций (в том числе международных) своего статуса для незаконного получения каких-либо благ (имущества, прав на него, услуг или льгот, в том числе неимущественного характера) либо предоставление последним таких преимуществ» [3].

Актуальность исследования способов борьбы с коррупцией заключается в том, что данное явление имеет множество измерений и способно быстро видоизменяться в зависимости от внешних и внутренних факторов. Представляя собой социальное зло, коррупция требует комплексного подхода в борьбе с ней.

Главными причинами широкого распространения коррупции в России сегодня являются в некоторых случаях нерезультативная власть, отсталость гражданского общества, неконкурентоспособность, сырьевая направленность экономики и ее теневой характер, недоработки законодательства. Одной из основных причин развития коррупции в России является также смена нравственных ценностей на уровне личности, которая началась в 1960-е годы. Именно в этот период зародилось устройство общественных отношений, давшее зачатки современной коррупции [4].

Государственный финансовый контроль выступает в роли инструмента борьбы с коррупцией.

На наш взгляд, государственный финансовый контроль помимо выявления уже совершенных криминальных действий должен быть направлен на предупреждение коррупции.

В экономической литературе выделяют следующие действия по предупреждению коррупции: 1) общесоциальные, заключающиеся в корректировке хода развития страны посредством экономических реформ, совершенствование налогового законодательства, четкая правовая регламентация деятельности органов государственной власти, и другие; 2) специальные, заключающиеся в подборе кадров государственных служащих, совершенствование института государственной службы.

Общесоциальные меры носят общий характер, направлены на изменение жизни в целом, либо конкретно ориентированы на определенную область. Так, например, экономические реформы от плановой экономики к рыночной в нашей стране начались в 1992 году с либерализации цен. На наш взгляд, эти реформы неизменно привели к возможности возникновения коррупции. Но, понятие реформы заключается не только в строгом придерживании заданного направления, но и ее анализе, затем внесении необходимых изменений.

2 апреля 2016 года Президент России Владимир Путин подписал 2 антикоррупционных указа – «О мерах по реализации отдельных положений федерального закона «О противодействии коррупции» и «О мерах по реализации отдельных положений федерального закона «О контроле за соответствием расходов лиц, замещающих государственные должности, и иных лиц их доходам»». Документы подготовлены в связи с антикоррупционными изменениями в законодательстве последнего времени [5].

В указах утверждена форма справки о расходах госчиновника при приобретении земли, объекта недвижимости или транспортного средства, ценных бумаг и акций. Замещающий госдолжность обя-

зан будет указать в ней источники получения средств, за счет которых совершена сделка. Также определяется механизм представления чиновниками, их супругами и несовершеннолетними детьми сведений о доходах, расходах, имуществе и обязательствах имущественного характера.

Четкая правовая регламентация деятельности органов государственной власти необходима для минимизации ситуаций, в которых должностное лицо может себе позволить «попросить взятку», призвана устранить так называемые «лазейки» в законодательстве.

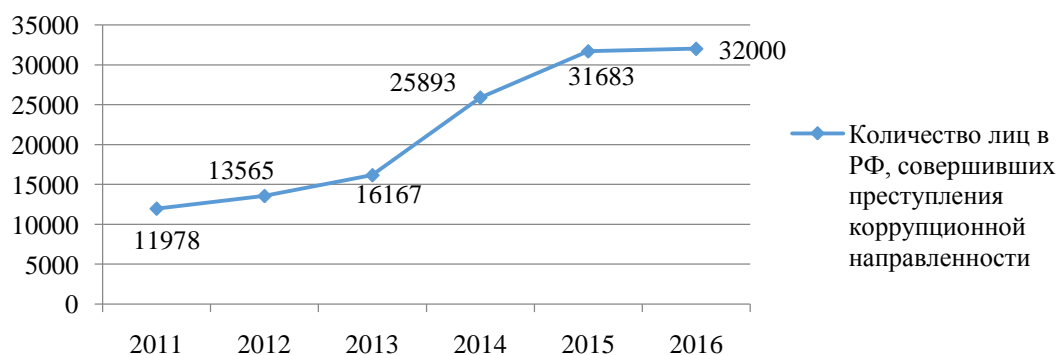
Борьба с коррупционными правонарушениями является одним из приоритетов в деятельности органов прокуратуры РФ. Важнейшим институтом государства, ответственным за борьбу с коррупцией, является Генеральная прокуратура Российской Федерации. В ее составе работает специальный департамент, ответственный за координацию деятельности правоохранительных органов по борьбе с коррупцией. Генеральная прокуратура постоянно наращивает усилия по расследованию случаев коррупции и мошенничества и осуждению чиновников, признанных виновными в этих преступлениях.

Президентом страны утвержден уже пятый Национальный план противодействия коррупции. Анализ показывает, что в сравнении с первыми этапами работы ситуация в этой области заметно меняется в лучшую сторону [6].

Появились действительно знаковые дела, случаи привлечения к уголовной ответственности чиновников, которых многие считали неприкасаемыми. Среди них главы регионов и муниципальных образований, депутаты различного уровня (всего за минувший год 958 таких лиц) [7].

Что особенно важно – растет число уголовных дел, направленных в суды. В отношении более чем 13 тыс. коррупционеров судами постановлены обвинительные приговоры, в подавляющем большинстве они уже вступили в законную силу.

Все вышесказанное представим на рисунке 1.



**Рис. 1. Количество лиц, совершивших преступления коррупционной направленности за 2011–2016 гг. (составлено автором)**

Таким образом, за рассматриваемый период 2011–2016 гг. количество лиц в РФ, совершивших преступления коррупционной направленности выросло с 11 978 человек до 32 000 человек, или на 167,2%. В 2014 году произошел резкий скачок, так как существенно возросло количество таких наиболее опасных деяний как взяточничество (14 тыс., рост на 13%), в том числе совершенных организованными группами, в крупном и особо крупном размере. Больше выявлено лиц, совершивших коррупционные деяния. Причем благодаря реализации прокурорами полномочий в сфере уголовно-правовой статистики, на сегодняшний день это реальные цифры.

В свою очередь, Чайка Ю.Я. отмечает определенные недостатки в борьбе с коррупцией: 1) недостаточно эффективна деятельность следственных подразделений по возмещению вреда от коррупционных деяний; 2) требует дополнительных усилий оперативная работа по выявлению фактов легализации коррупционного дохода, установления такого имущества, в том числе за рубежом, с целью его ареста и возвращения государству [6].

Перечислим действия по борьбе с коррупцией: 1) внешнее воздействие, заключается в осуществлении общественного контроля (граждане лично или через общественные организации участвуют в общественном аудите эффективности деятельности органов власти); 2) внутреннее воздействие, заключается непосредственным в осуществлении аудита за деятельностью органов власти посредством специальных институтов (Счетная палата, Правительство РФ).

В последнее время общественный контроль становится все более актуальным направлением. В Татарстане на данный момент существует много пилотных проектов, направленных на выявление разного рода нарушений и преступлений посредством обращений граждан.

В Татарстане за первый год работы государственной информационной системы «Народный контроль» поступило 7,6 тыс. заявлений от татарстанцев [8]. Система «Народный контроль» начала работать 17 апреля 2012 года. Система позволяет гражданам взаимодействовать с республиканскими и муниципальными органами власти в новом формате, напоминающем социальную сеть. Жители РТ могут оценить работу ведомства или муниципалитета по такому критерию, как рассмотрение заявления и оперативность его решения, и поставить чиновникам оценку за их работу. В таблице 1 представим показатели по работе системы «Народный контроль» РТ.

Таблица 1

**Анализ системы «Народный Контроль» в РТ за 2012–2016 гг.**

Показатель	2012	2013	2014	2015	2016
Количество опубликованных уведомлений	7600	10926	18527	29452	43000
Среднее количество заявок в день	20	30	51	82	119
Доля решенных уведомлений, %	70	70	75	73	74

Таким образом, за период с 2012 по 2016 г. количество опубликованных уведомлений в системе «Народный контроль» РТ выросло с 7 600 уведомлений в год до 43 000 уведомлений, или в 5,7 раз. Такой рост связан с доверием граждан к данной системе и подкрепляется высокой долей решенных уведомлений.

Следует отметить, что в России действуют различные негосударственные организации, в том числе общественные движения, политические партии, некоммерческие исследовательские центры, которые не только изучают проблему коррупции в России и оказывают позитивное давление на органы государственного управления, но также участвуют в создании различных механизмов партнерства государства и общества в борьбе с коррупцией. Среди наиболее активных участников этой работы можно назвать такие негосударственные организации, как Центр стратегических разработок, Центр Антикоррупционных исследований и инициатив «Трансперенси Интернешнл-Россия», Российский союз налогоплательщиков, Российский союз промышленников и предпринимателей, Торгово-промышленная палата РФ, Общероссийская общественная организация «Деловая Россия» и др. Кроме того, в России ежегодно проводится большое количество социологических исследований, связанных с изучением восприятия коррупции общественным мнением и экспертным сообществом. Подобные проекты систематически реализуют такие авторитетные организации, как Фонд «Общественное мнение» (ФОМ), Всероссийский центр изучения общественного мнения (ВЦИОМ), Фонд «ИНДЕМ» и др.

В России сложилась система органов, которые участвуют в борьбе с коррупцией: Счетная палата, специальная комиссия Государственной Думы по противодействию коррупции, в рамках своей компетенции – Министерство внутренних дел, Федеральная служба безопасности, Министерство юстиции, Федеральная служба по финансовому мониторингу, Федеральная таможенная служба, Федеральная служба по контролю за оборотом наркотиков, правоохранительные органы и органы исполнительной власти. В свою очередь, Министерство финансов РФ и Министерство экономического развития и торговли РФ активизируют усилия по обеспечению более эффективного управления средствами бюджета и государственной собственностью.

Таким образом, для повышения эффективности государственного финансового контроля в борьбе с коррупцией в России следует объединить усилия субъектов государственного финансового контроля всех уровней власти, а также Счетной палаты РФ, Банка России, прокуратуры РФ. Причем контроль должен осуществляться не только за деятельностью государственных органов, но также субъектов предпринимательской деятельности, включая частные структуры.

#### Литература

1. Ковалева Э.Р., Кабашева И.А. Анализ институциональных барьеров инновационного развития российской экономики [Электронный ресурс]. Режим доступа: [http://dspace.kpfu.ru/xmlui/bitstream/handle/net/106155/institucionalnye\\_barery.pdf?sequence=-1](http://dspace.kpfu.ru/xmlui/bitstream/handle/net/106155/institucionalnye_barery.pdf?sequence=-1)
2. Криминология: учеб. для юрид. вузов / под общ. ред. д-ра юрид. наук, проф. А.И. Долговой. М.: Изд. группа НОРМА-ИНФРА-М, 2013. С. 501.
3. Максимов С.В. Коррупция. Закон. Ответственность. 2-е изд., перераб. и доп. М.: ЗАО «ЮрИнфоР», 2015. – С. 10.
4. Айрапетян Э.С. Причины и условия, порождающие коррупцию в Российской Федерации в современных условиях / Э.С. Айрапетян // Актуальные вопросы юридических наук: материалы междунар. науч. конф. – Челябинск: Два комсомольца, 2012. – С. 68–71.
5. <http://expert.ru/dossier/story/107845>
6. Чайка Ю.Я. О коррупции: Доклад на заседании Совета Федерации Федерального собрания РФ [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.com-cor.ru/osoboe-mnenie/yu-ya-chayka-o-korrupsiyi-iz-doklada-na-zasedanii-soveta-federatsii-federalnogo-sobraniya-rossiyskoy>

7. Полупанова Е.В. Статистический анализ динамики и структуры коррупции в России [Электронный ресурс] // Международный научный журнал «Инновационная наука». № 4. 2016. Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/statisticheskiy-analiz-dinamiki-i-struktury-korrupsii-v-rossii-i-orenburgskoy-oblasti>
8. <http://www.zelenodolsk.ru/article/10316>
9. Борьба с коррупцией. Роль счетной палаты в реализации антикоррупционной стратегии государства [Электронный ресурс]. Режим доступа: [http://www.ach.gov.ru/activities/anti-corruption/reports-statistics/reports/10-tree\\_files-fl-719.pdf](http://www.ach.gov.ru/activities/anti-corruption/reports-statistics/reports/10-tree_files-fl-719.pdf)
10. <http://cyberleninka.ru/article/n/statisticheskiy-analiz-dinamiki-i-struktury-korrupsii-v-rossii-i-orenburgskoy-oblasti>

УДК 339.138

**А.Р. Шевкомудь, студент**

*Научный руководитель: Г.Г. Ляскин, канд. экон. наук, доцент  
г. Новосибирск, Новосибирский государственный университет экономики и управления*

## АНАЛИЗ РЫНКА ЖИЛИЩНОГО СТРОИТЕЛЬСТВА В Г. НОВОСИБИРСКЕ

Несмотря на тяжелые современные экономические условия, сфера строительства в Новосибирской области продолжает активно развиваться. В регионе возводятся социальные объекты, жилые дома и новостройки делового назначения. С точки зрения сдачи жилья и объема ввода сильной стороной строительной отрасли в Новосибирске является высокий уровень диверсификации. Также стоит отметить, что на 10 крупнейших строительных компаний приходится всего около 40% возводимых сооружений, что говорит о высоком уровне концентрации на данном рынке. Рассмотрим и проанализируем ситуацию на данном рынке за 2016 год.

### 1. Определение границ рынка:

Изначально продуктовые границы рынка следует определить, как первичное жилье. Географические границы – административные границы города Новосибирска.

### 2. Определение состава хозяйствующих субъектов, действующих на рынке:

Хозяйствующими субъектами будем называть строительные компании, действующие на территории города Новосибирска. В ходе анализа выявлены следующие хозяйствующие субъекты, которые показывают стабильный ввод жилья на протяжении многих лет: Промышленно-строительный концерн «Сибирь», ООО «КПД-Газстрой», ООО «Краснообск.Монтажспецстрой», Строительно-промышленное акционерное общество «Сибакадемстрой», ООО «Энергомонтаж», ГК «Дискус», ООО МЖК «Энергетик», ГК «ПТК-30» и другие. Необходимо отметить, что данные компании работают в разных ценовых категориях.

В соответствии с рейтингом, составленным Национальным объединением застройщиков жилья, лидером по общему объему строительных работ за прошлый год стала группа компаний «Стрижи», которая создает комфортные, благоустроенные территории уже много лет [6].

### 3. Определение барьеров входа на рынок:

Для входа на новосибирский рынок жилищного строительства существуют следующие барьеры [8]:

Во-первых, к экономическим барьерам стоит отнести:

- неизбежность огромных первоначальных вложений капитала;
- доступ к финансовым ресурсам весьма затруднен, отсюда возникает более высокий уровень затрат на привлечение инвестиций по сравнению со строительными компаниями, закрепившимися на данном рынке;

Во-вторых, к административным барьерам относятся следующие:

- барьеры, возникающие при подключении объектов капитального строительства к сетям инженерно-технического обеспечения;
- соблюдение порядка предоставления земельных участков под строительство;
- долгая и сложная процедура получения многочисленных разрешительных документов.

### 4. Оценка состояния конкурентной среды на рынке:

В результате исследования конкурентной среды установлено, что рынок жилищного строительства в г. Новосибирске имеет олигополистическое строение, что также оказывает влияние на рыночную цену жилья [15, с. 20]. Циклические колебания спроса определяют в свою очередь склонность отраслей к концентрации, протекающей в различных формах – от координации цен до создания в от-

расли картеля [1, с. 98; 5, с. 88]. Именно поэтому необходимо уделить особое внимание антимонопольному регулированию [3, с. 244].

В течение длительного периода времени относительные размеры долей указанных хозяйствующих субъектов не подвергались значительным изменениям, а доступ на новосибирский рынок жилищного строительства новых конкурентов относительно затруднен.

В момент, когда экономика находится на стадии стагнации, неуверенность потребителей и рост себестоимости возводимых объектов не позволяют реализовывать весь объем возводимого жилья. Сейчас мы видим очень высокий уровень предложения на данном рынке, но спрос не позволяет увеличивать цену реализации товара. Тем самым, можно сказать, что существует тенденция укрупнения рынка и ухода мелких строительных компаний: в ближайшее время конкуренция на рынке жилищного строительства в Новосибирске не только не увеличится, но даже снизится: какие-то компании уйдут с рынка, а какие-то будут стремиться оптимизировать свои издержки. Следовательно, основными игроками будут компании, прочно закрепившиеся в данной отрасли. Это позволит стабилизироваться рынку жилья.

Таким образом, интенсивность конкуренции заставляет предприятия искать пути повышения своей конкурентоспособности [14] и новые формы организации бизнеса. Этим объясняется активно протекающие в российской экономике процессы роста концентрации [2, с. 35; 4, с. 118]. В условиях кризиса многие компании терпят убытки от снижения спроса на продукцию, поэтому для многих из них единственный путь к спасению – это интеграция [2, с. 36].

#### 5. Факторы ценообразования:

К факторам, которые способны изменять рыночную стоимость жилья стоит отнести следующее: местоположение объекта строительства, степень загрязненности местности, расположение транспортной развязки, а также наличие школ, детских садов, торговых и развлекательных центров в шаговой доступности.

Еще одним фактором, влияющим на цену жилья, является себестоимость строительных материалов. Рост себестоимости в настоящее время обуславливается тем, что большая часть используемых материалов ввозится из-за границы, а импортозамещение в России не достигло необходимого уровня. К примеру, цены на металл за последний год выросли в 2 раза, а на электрическую продукцию и кабели поднялись на 40–50% [8].

#### 6. Определение наиболее перспективных сегментов на рынке:

В настоящее время особенно пользуются спросом двухкомнатные квартиры площадью 50–60 кв.м. и трехкомнатные квартиры площадью 60–70 кв.м.

Жилищные комплексы на больших территориях эффективней и выгодней застраивать панельными домами, которые удобно монтируются и в зимнее и в летнее время. На земельных участках в центре города, где требуется индивидуальный проект застройки, возводят монолитные и каркасные дома, так как их удобно возводить на небольшой ограниченной территории.

#### 7. Статистические данные:

Основные тенденции развития рынка жилья в Новосибирской области в 90-е годы представлены в ряде работ [9; 10, с. 108–147; 11]. Производятся расчеты показателя «доступность жилья» для населения России и, в том числе, в Новосибирской области [12; 13, с. 83]. На текущий период Новосибирск показывает абсолютный рекорд по обеспеченности населения жильем – на каждого человека приходится 1 квадратный метр жилой площади. По данным Территориального органа Федеральной службы государственной статистики по Новосибирской области в городе Новосибирске за январь–декабрь 2016 года было введено 1527881 кв.м. общей площади жилья или 27984 квартиры [7].

Отсюда делаем вывод, что установленный Губернатором Новосибирской области план по вводу жилья на 2016 год удалось перевыполнить на 16,8%. Таким образом, в настоящее время город Новосибирск находится на 11 месте среди субъектов Российской Федерации по объему жилищного строительства за 2016 год и занимает лидирующее положение среди регионов Сибирского Федерального округа по объему введенного жилья [6].

Акцентируем внимание на том, что имеется положительная динамика за прошлый год по следующим показателям:

- объем ввода жилья по стандартам эконом-класса составил 1,940 млн кв. м., что превышает плановое значение на 0,870 млн кв. м. или на 115%;
- средняя стоимость 1 кв.м. общей площади жилья эконом-класса оценивается в размере 38500 рублей, что соответствует значению, указанному в плане по вводу жилья на 2016 год;



– отношение числа российских семей, которые приобрели, или получили доступное и комфортное жилье в течение года, к числу российских семей, желающих улучшить свои жилищные условия составило 30,0%, что соответствует плановому значению, установленному на 2016 год [6].

#### 8. Определение тенденций развития рынка:

Проанализировав ситуацию на рынке жилищного строительства в городе Новосибирска, выделим следующие тенденции развития рынка:

– необходимость введения новых технологий: существующие на данный момент технологии используются уже порядка 20 лет, следовательно, начинают устаревать. Инновации наблюдаются только в современных кровельных материалах, утеплителях и широкой цветовой гамме кирпича, что в свою очередь не является большим инновационным прорывом. Очень важно создавать такие технологии, которые будут соответствовать суровому сибирскому климату.

– стабилизация предложения и спроса: как мы уже отметили, на сегодняшний день предложение на рынке жилищного строительства превышает спрос, поэтому необходимо привести спрос и предложение в равновесное состояние. Именно поэтому сейчас мы видим кардинальное снижение процентной ставки по ипотеке, что должно привести к увеличению спроса на жилье.

#### Литература

1. Любященко С.Н., Мамонов В.И. Рыночная концентрация в условиях группирования предприятий и экономическая эффективность // Вестник НГУЭУ. 2013. – № 3. – С. 92–106.
2. Любященко С.Н. Оценка уровня экономической концентрации и результаты функционирования рынка // Научно-технические ведомости Санкт-Петербургского государственного политехнического университета. Экономические науки. Санкт-Петербург: СПбГПУ, 2006. – № 6. – С. 34–38.
3. Любященко С.Н. Тенденции структурной концентрации в отраслях промышленности в условиях кризиса // Наука. Промышленность. Оборона: Труды X Всероссийской научно-технической конференции / под ред. В.Е. Левина, В.И. Мишнева. 2009. – С. 244–247.
4. Lyubyaschenko S.N. Globalization as a cause of transformation of the structure of Russian industry // North-East Asia Academic Forum. China, 2013. – С. 118–123.
5. Мамонов В.И., Любященко С.Н., Бородин В.А. Динамика структурной концентрации и ее влияние на показатели деятельности промышленных предприятий // Вестник НГУЭУ. 2012. – № 4. – С. 92.
6. Официальный сайт Министерства строительства Новосибирской области [Электронный ресурс]. URL: <http://www.minstroy.nso.ru>
7. Официальный сайт Правительства Новосибирской области [Электронный ресурс]. URL: <http://www.nso.ru/>
8. Официальный сайт Управления Федеральной антимонопольной службы по Новосибирской области [Электронный ресурс]. URL: <http://novosibirsk.fas.gov.ru>
9. Руди Л.Ю., Тропникова Т.А. Аренда жилья как способ повышения его доступности / Л.Ю. Руди, Т.А. Тропникова // Инвестиции, строительство и недвижимость как материальный базис модернизации и инновационного развития экономики: Материалы Пятой Всероссийской научно-практической конференции с международным участием: в 2 частях / под ред. Т.Ю. Овсянниковой. 2015. – С. 166–170.
10. Руди, Л.Ю. Трансформация жилищных отношений в России: теория и практика: дис. ... д-ра экон. наук / Руди Людмила Юрьевна. – Новосибирск, 1998. – 285 с.
11. Руди, Л.Ю. Формирование рынка жилья: тенденции и перспективы (региональный аспект) / Л.Ю. Руди. – НГАЭУ: Новосибирск, 1997. – 166 с.
12. Тропникова, Т.А. Методические проблемы расчета индикаторов доступности жилья в Новосибирской области / Т.А. Тропникова // Актуальные вопросы экономических наук. 2008. – № 2. – С. 50–56.
13. Тропникова, Т.А. Проблемы доступности жилья для населения Новосибирской области / Т.А. Тропникова // Качество и полезность в экономической теории и практике: Материалы VII Всероссийской научно-практической конференции с международным участием / отв.ред. В.А. Сибирцев; Новосибирский государственный университет экономики и управления. – 2014. – С. 83–85.
14. Чепунова С.Н. Оценка уровня структурной концентрации и результаты функционирования рынка: дис. ... канд экон. наук. – Новосибирск, 2004. 125 с.
15. Чепунова С.Н. Оценка уровня структурной концентрации и результаты функционирования рынка: автореф. дис. ... канд. экон. наук. Новосибирск, 2004. 29 с.

## **ПРОБЛЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ФОРМИРОВАНИЕМ, РАСПРЕДЕЛЕНИЕМ И ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ ПРИБЫЛИ НА ПРЕДПРИЯТИИ**

К методике управления организацией современная экономика в России требует введение инновационных подходов. Основой в управлении предприятием является эффективное управление прибылью. Этот важный элемент управления олицетворяет собой систему выработки и концепцию формирования, распределения и использования прибыли любого предприятия.

По своей сути прибыль является денежным выражением главной доли денежных накоплений, которые создаются организациями любой формы собственности. Она устанавливает финансовый результат предпринимательской деятельности предприятия как экономическая категория. Также прибыль стимулирует консолидацию рыночного расчета и получение результативности производства [2, с. 35].

У определения «прибыль» есть множество составляющих: валовая, чистая, операционная, до и после вычета налогов и прочих расходов, при этом расчет каждой – это трудоемкий и ответственный процесс. Эти понятия, вопреки очевидной схожести, необходимо четко отличать, чтобы не допустить ошибок в нормативных документах, в том числе и «Отчете о финансовых результатах». Также выяснилось, что понятие чистой прибыли нельзя категорически путать с понятием экономической прибыли. Из чистой прибыли формируются резервные фонды и увеличиваются средства на оборотное производство, направляются на инвестирование в основные фонды, вложение оборот компании, необходимую реорганизацию, т.е. идут во благо предприятия [4, с. 122].

При формировании прибыли на предприятии могут возникнуть различные проблемы. Мы считаем, что самая явная проблема – это мировой экономический кризис, который влияет на многие факторы формирования прибыли.

Для плодотворного формирования прибыли предприятия требуется квалифицированное стратегическое управление распределением и использованием его финансовых ресурсов.

Любое предприятие стремится к решению проблемы повышения эффективности деятельности для получения наибольшей прибыли, достижение которого будет достигнуто за счет квалифицированного управления распределением и использованием прибыли. Ответственными за решения данной проблемы должны быть опытные руководители, компетентные специалисты и другие работники. Достижение высоких конечных финансовых результатов при наименьших затратах необходимо для постоянного прироста прибыли и ее роли в интенсификации финансово-хозяйственной деятельности [3, с. 29].

В настоящее время каждое предприятия любой формы собственности в существующем состоянии кризиса и экономических санкций, которые были введены странами Европы и США, для выживания стараются стабилизировать свою прибыль.

Эффективным управлением прибылью организации показывает как результат ее формирования, так и качественное использование, и целенаправленное распределение.

Предприятия различных форм собственности в наше время действуют на истоках рыночного расчета, тем самым не дают возможности концентрируемому вмешательству в процесс распределения чистой прибыли, за вычетом налогов, штрафов и возврата кредитов. Следовательно, чистая прибыль находится в самоличном управлении ее использованием и распределением отдельного предприятия в будущем его совершенствовании. Миссию использования собственной прибыли предприятием определяют рыночные механизмы управления.

Для оценки эффективности управления формированием, распределением и использованием прибыли мы провели анализ деятельности предприятия ОАО «Концерн Энергомера».

ОАО «Концерн Энергомера» многоотраслевой промышленный холдинг, который стратегически целенаправлен по следующим бизнес – направлениям.

1. Производство электротехнической продукции.
2. Производство материалов электронной техники.
3. Сельскохозяйственное производство.
4. Прочее (оборудование для промышленного птицеводства).

Для исследования прибыли ОАО «Концерн Энергомера» мы использовали факторный анализ. Факторный анализ динамики и структуры прибыли показал, что в концерне наблюдалось уменьшение прибыли.

На снижение чистой прибыли непосредственное влияние оказало повышение себестоимости реализованной продукции. Также неудовлетворительные объемы сбыта продукции в отчетном периоде внесли свою отрицательную лепту в ее уменьшение.

В свою очередь структура прибыли значимым изменениям за отчетный период не подверглась.

Главные источники, которые повлияли на изменение прибыли, определились в процессе факторного анализа.

Соответственно, наибольшее влияние на реформирование прибыли от продаж оказало перемены в сумме выручки от продаж. На преобразование прибыли до налогообложения повлияла прибыль от продаж. И на конец, чистая прибыль изменилась, не в лучшую сторону, из-за изменения прибыли до налогообложения.

Мы определили ряд проблем, при помощи эффективности использования их мы увеличим прибыль, необходимо:

- увеличить объем продаж;
- увеличить прибыль до налогообложения;
- снизить себестоимость продаж;
- уменьшить прочие расходы;
- увеличить чистую прибыль.

Мы предложили мероприятия по повышению эффективности формирования, распределения и использования прибыли ОАО «Концерн Энергомера».

Стратегическими задачами ОАО «Концерн Энергомера» в сегменте рынка «Электротехническое приборостроение» на среднесрочную перспективу являются – увеличение доли на рынке и повышение маржинальности продаж за счет увеличения объема продаж.

Лидирующим направлением деятельности этого бизнес-направления также является массовый выпуск приборов и систем учета электроэнергии. Данные представлены в таблице 1.

Таблица 1

**План реализации счетчиков электроэнергии в сопоставимых ценах, тыс. руб.**

№ п/п	Наименование	Количество, шт.		Стоимость, руб.	
		План-й	Баз-й	План-й	Баз-й
1	Счетчик ЦЭ 6850М 0,5s/1,0 220В 5-7,5А- 2Н 1 Р ШЗ1	300 000	170 000	14 679	7 697,85
2	Счетчик ЦЭ 6850М 0,2s/0,5 220В 5-7,5А- 2Н 1 Р ШЗ1	300 000	170 000	8 103	7 292,70
3	Счетчик ЦЭ 6803ВМ 1Т 220В 5-60А 3ф4пр М ШЗ3И	300 000	170 000	2 150	1 566,55
4	Счетчик ЦЭ 6803ВМ 1Т 220В 5-60А 3ф4пр М РЗ1	300 000	170 000	2 630	1 732,80
5	Счетчик ЦЭ 6803ВМ 1Т 220В 5-10А 3ф4пр М РЗ2	300 000	170 000	2 402	1 699,55
6	Счетчик ЦЭ 6803ВМ 1Т 220В 5-10А 3ф4пр М РЗ1	300 000	170 000	2 500	1 732,80
7	Счетчик ЦЭ 6803ВМ 1Т 220В 1-7,5А 3ф4пр М ШЗ3И	300 000	170 000	2 402	1 566,55
8	Счетчик ЦЭ 6803ВМ 1Т 220В 1-7,5А 3ф4пр М ШЗ3И	300 000	170 000	1 852,20	1 732,80
9	Счетчик ЦЭ 6803В/1 1Т 220В 1-7,5А 3ф4пр М7 РЗ2	300 000	170 000	2 443	1 699,55
10	Итого	2 700 000	1530000	39161,20	26721,15

На основании данных таблицы сделаем вывод.

После того, как мы провели некоторые расчеты выяснилось, что за счет увеличения продаж в бизнес-направлении концерна «Электротехническое приборостроение» на 12 440 тыс. руб., в частности счетчиков электроэнергии, общая выручка от продаж также увеличится 12 440 тыс. руб. Соответственно произойдет увеличение прибыли концерна, которую можно распределить в фонд накопления.

За счет уменьшения доли условно-постоянных расходов возможно снижение полной себестоимости продукции. Снижение затрат, является непосредственно наиболее важным фактором, который оказывает влияние на величину прибыли. Снизить себестоимость можно непосредственно путем снижения материальных затрат. Например, снизить расходы на сырье. Найти поставщика с более низкими ценами. Для этого нужно скорректировать существующие договоры с поставщиками в свою пользу или рассмотреть предложения других поставщиков.

Также для увеличения прибыли мы предложили внедрить в систему управления инновационную автоматизированную систему. Внедрения системы «Консолидация Excel» располагает проведение некоторых организационно-технических процессов. Сначала нужно сократить расходы на оперативное управление персоналом ОАО «Концерн Энергомера». Затем нужно уменьшить трудовые за-

траты. Экономический эффект будет достигнут если: уменьшится кропотливость расчетов, понизится алгоритм программирования, уменьшится затрата времени на сбор информации финансового учета, снижение расходов на носители информации, бумагу и заправку орг. техники, сокращение персонала.

#### Литература

1. Артеменко, В.Г. Финансовый анализ / В.Г. Артеменко, М.В. Беллендир. – М.: ДИС, 2014. – 205 с.
2. Басовский, М.Е. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности. / М.Е. Басовский. – М.: ИНФРА-М, 2012. – 366 с.
3. Бланк И.А. Управление прибылью. 3-е изд., перераб. и доп. – М.: Ника-Центр, 2013. – 768 с.
4. Брусов, П.Н. Финансовый менеджмент. Финансовое планирование : учеб. пособие / П.Н. Брусов, Т.В. Филатова. – М.: КНОРУС, 2012. – 226 с.
5. Ермолович, Л.Л. Анализ финансово-хозяйственной деятельности предприятия.

УДК 004.4:368.1

**Е.В. Шкварский, студент**

*Научный руководитель: Е.И. Васильченко, доцент*

*г. Краснодар, Кубанский государственный аграрный университет им. И.Т. Трубилина*

## ИНТЕРНЕТ-СТРАХОВАНИЕ

Страхование – это процесс создания договорных отношений между страхователем (покупателем страховых услуг) и страховщиком (организацией, предоставляющей такие услуги). Страховщик создает удобные условия для страхователя и предлагает ему разработанный план, и при согласии, они заключают договор, где при наступлении страхового случая, страхователь обязан выполнить условия, которые были разработаны в плане. При совершении сделки формируется документ, называемый страховым полисом. Полис будет служить документом, где оговариваются объект страхования, страховой случай при котором будут производиться выплаты, а также сроки страхования. Полис должен храниться у Страхователя.

Таким образом, Интернет-страхование – это все вышеперечисленные элементы взаимодействия между страховой компанией и клиентом, но производимые с помощью сети Интернет. Интернет-представительство должно включать в себя следующие возможности:

- Представить информацию о финансовой ситуации организации
- Информация о всех услугах организации
- Рассчитывать страховую премию, в зависимости от страхового случая
- Иметь все формы заполнения для страхования
- Возможность оплаты полиса через интернет
- Передача полиса с электронно-цифровой подписью по интернету
- Возможность консультации онлайн, во время действия страховки или при наступлении страхового случая
- Оплата страховой премии через интернет

Рассмотрим сначала минусы интернет страхования, для клиентов необходимо иметь ЭЦП (электронно-цифровая подпись), закон об электронной подписи был принят в 2011 году, но медленно внедряется, так стоимость такой подписи колеблется от 2 до 20 тысяч рублей, и не каждый захочет ее себе приобретать. Так же многие люди опасаются интернет мошенничества и это вызывает у людей недоверие. Для организаций предоставляющие интернет страхование есть тоже ряд существенных минусов, во-первых, нужен высококвалифицированный персонал, который хорошо разбирается как в страховании, так и в инновационных технологиях, во-вторых нужен качественный сайт для проведения данной операции, чтобы избежать взлома базы данных, в-третьих несовершенство платежных онлайн-систем, на этом хотелось бы остановиться подробнее. Существуют следующие платежные системы дебетовые (работают с электронными чеками и цифровой наличностью) и кредитные (работают с кредитными картами).

Можно выделить следующие основные барьеры:

1. Внутренние факторы:
  - Краткосрочная стратегия компании, без инициативы инновационного развития;
  - Соппротивление инновациям региональных подразделений;

- Сложности при проектировании и создании качественного программного продукта.
- 2. Внешние факторы:
  - Отсутствие опыта покупок через Интернет у населения;
  - Отсутствие квалифицированных кадров на рынке труда, способных создать систему интернет страхования компании;

- Отсутствие опыта покупок через Интернет у населения.

Но не смотря на эти минусы я считаю, что у интернет-страхования большие перспективы

Основные плюсы интернет страхования для страховой компании это:

- Меньшие затраты на содержание интернет офиса, нежели на обычный офис;
- Реклама своей организации в интернете;
- Меньшее время на обработку данных.

Что же касается плюсов для страхователя то это:

- Экономия времени;
- В любой удобный момент можно получить консультацию;
- Хранение документов в электронном формате.

В последние годы все больше людей пользуются интернетом, так как он стал доступен практически всем, мы можем пользоваться им с телефона, планшета или компьютера. Соответственно и спрос на все интернет-сделки стал пользоваться большой популярностью, людям намного удобнее сесть у себя дома и спокойно оформить документы, не стоя в очередях и не неся с собой множество документов. К тому же многие страховые компании стали привлекать клиентов различными бонусами, например, компания «Ренессанс» в 2010 году предложила, любой зарегистрировавшийся пользователь может получать комиссию за привлеченных клиентов. Это положительно сказывается на компании, так возможность привлечения клиентов появляется не только за счет рекламы, а еще и от людей уже пользовавшихся их услугами, которые будут советовать данную компанию другим людям. Многие компании также предоставляют скидки людям, воспользовавшимся интернет-услугами.

Предлагаю рассмотреть некоторые из организаций, предоставляющих услуги страхования по интернету.

Компания *Росгосстрах*, одна из ведущих страховых компаний в России. Перейдя на их сайт, мы сразу видим рекламу мобильного приложения. В нем мы можем найти наши плюсы, так же вас будут оповещать о специальных предложениях компании. Прямо через это приложение мы можем оформить полис страхования. Полистав далее, можно увидеть так называемую «Аварийную кнопку». При нажатии на нее с вами сразу свяжутся специалисты, которые подскажут, что делать в той или иной ситуации. Также можем найти все офисы, которые находятся рядом с вами. Сайт оформлен так, что даже не самый частый пользователь интернета сможет легко разобраться в нем.

Далее рассмотрим *Ингосстрах*, на их сайте справа можно увидеть несколько видов связи с компанией, такие как чат, где с вами спишетса специалист, который сможет проконсультировать вас по интересующему вопросу прямо на сайте. Мы так же можем заказать обратный звонок, чтобы на указанный вами номер был произведен вызов, где вы сможете через телефон пообщаться со специалистом. Также сайт Ингосстраха поддерживает звонки по скайпу, что очень удобно. Так же, как и у Росгосстраха имеется мобильное приложение.

Так же одна из самых крупных организаций *Ренессанс страхование*. Перейдя на сайт, сразу же видим «купить полис онлайн». Однако стоит отметить, что у них нет своего собственного мобильного приложения, что продвинутым пользователям немного усложняет задачу приобретения полиса. Хотя именно эта организация впервые предоставила проект интернет-страхования еще в 1999 году.

Как мы видим, все большие компании пытаются продвигать свои интернет-услуги. Из этого можно сделать вывод, что это выгодно для компаний. Становление такого канала продаж как интернет-страхование уже активно развивается в России, ведь это новый способ организации страхового бизнеса, который имеет свою специфику. В России по сообщению пресс-службы «Национальной страховой группы» наиболее востребовано приобретение по средствам интернета полиса ОСАГО 44,8%, далее идет КАСКО 19,2%, полис добровольного медицинского страхования и страховки от несчастных случаев составило 14,4%, а 7,2% пришлось на тех, кто готовы застраховать квартиру через интернет [1].

Возьмем в пример такие европейские страны как Великобритания и Франция. Более 70% британцев покупают страховку посредством интернета, а во Франции около 50%, когда в России эта цифра близится к 25%. Из всего этого можно сделать вывод, что система оказания онлайн услуг еще не до конца сформирована, но уже многое было сделано. Ввели электронно-цифровые подписи, появились удобные интернет-сайты с поддержкой 24 часа в сутки 7 дней в неделю. На сегодняшний мо-

мент компании достаточно интенсивно используют глобальную сеть для реализации полисов. За свою чуть более 20-летнюю историю, они уже сделали большой шаг вперед. Интернет позволяет страховым компаниям значительно сократить издержки за счет использования новых каналов дистрибуции. В полной мере эту экономию можно будет ощутить лишь через 3-5 лет. На первом же этапе более уместно говорить о появлении удобного информационного канала, улучшении имиджа компании и расходах, связанных с внедрением новой технологии. Уже сложилась необходимая развитая инфраструктура для онлайн продажи полисов, сайты переориентировались на интернет-потребителя [2].

Хочется верить, что интернет-услуги (не только страхование) станут доступными для большей части народа, ведь все эти вещи могут намного облегчить нам жизнь. Компании в свою очередь смогут полностью перейти на данный вид услуг, потому что это требует меньших затрат.

#### Литература

1. Журнал «Молодой учёный». № 10 (114), май. 2016.
2. [www.rgs.ru](http://www.rgs.ru)

УДК 336.71

**Д.А. Шпакова, К.С. Софиенко, студенты**

*Научный руководитель: Н.Ю. Симонова, канд. экон. наук, доцент  
г. Омск, Финансовый университет при Правительстве РФ (Омский филиал)*

## КРЕДИТНЫЕ РИСКИ В ОРГАНИЗАЦИЯХ БАНКОВСКОГО СЕКТОРА

В настоящее время в связи с массовым развитием рыночной экономики все большую значимость набирает банковский сектор, который является важнейшим элементом экономики и обеспечивает непрерывное движение финансовых ресурсов и их дальнейшее развитие. Особенностью банковской деятельности является постоянное наличие рисков. И для успешного функционирования необходимо использовать механизмы для их снижения.

В экономической литературе предложена следующая классификация рисков [3]:

1. Процентный риск – означает, что средняя стоимость взятых в займы денег и депозитов, связанных с предоставлением кредита, могут опередить в течении срока действия кредита среднюю процентную ставку по кредиту
2. Риск ликвидности – риск временной задержки исполнения своих обязательств одним из участников сделки с ценными бумагами или риск того, что участник-контрагент не выполнит свои обязательства полностью на требуемую дату
3. Рыночный риск – означает вероятность появления у банков убытков из-за изменения стоимости финансовых инструментов.
4. Валютный риск – предполагает нестабильность цены национальной валюты по отношению к иностранной.
5. Инвестиционный риск – связан с изменениями ситуации на рынке ценных бумаг (ЦБ) и размера портфеля ЦБ.
6. Кредитный риск – риск наступления дефолта контрагента

Рассмотрим кредитный риск более подробно. Согласно письму Банка России от 23 июня 2004 года № 70-Т «О типичных банковских рисках» кредитный риск – это «риск возникновения у кредитной организации убытков вследствие неисполнения, несвоевременного либо неполного исполнения должником финансовых обязательств перед кредитной организацией в соответствии с условиями договора» [5].

В современной литературе большинство экономистов выделяют внешние и внутренние кредитные риски; независимые и зависимые от деятельности банка, совокупные и индивидуальные.

Внешние кредитные риски включают макроэкономические, политические, отраслевые, инфляционные, региональные, социальные, риски изменений в законодательстве, риски изменения процентных ставок. Внутренние факторы связаны с самой деятельностью банков (качество управления, тип рыночной стратегии, новые продукты, кредитная политика и т.д.) и заемщиков (кредитоспособность, благонадежность, репутация).

Совокупные кредитные риски предполагают риски взаимосвязанных между собой кредитных операций. Целесообразность выдачи кредитов и рискованность активов может постоянно изменяться. В отличие от индивидуального актива, совокупные активы имеют низкую долю риска, формируя при этом безрисковый портфель. Индивидуальный кредитный риск основывается на рисках кредитных продуктов и рисках заемщика. Однако некоторые экономисты утверждают, что индивидуальный кредитный риск связан с кредитоспособностью и риском заемщика.

Изучим факторы, которые повышают кредитные риски [4]:

1. Большое количество кредитов выдается определенному кругу заемщиков, то есть концентрируется в какой-либо сфере, которая может быть чувствительна к экономическим изменениям.
2. Выдача кредитов новым или недавно привлеченным клиентам, информацией о которых банк владеет не полностью.
3. Ориентация менеджеров по продажам на количественный результат, а не на качество выявления кредитоспособности клиентов.
4. Выдача больших сумм кредита знакомым, друзьям, родственникам.
5. В качестве обеспечения кредита принимаются быстро обесцениваемые объекты.
6. Постоянные изменения в политической и экономической сфере.

Среди факторов, которые снижают появление кредитных рисков, можно назвать следующие [4]:

1. Проведение качественной работы кредитного аналитика.
2. Привлечение независимых экспертов – андеррайтеров.
3. Установление лимитов на объемы и количество кредитов
4. Качественная работа со стороны руководства
5. Консервативная политика управления кредитованием.
6. Эффективное обеспечение, а также страхование кредитов.

В каждой организации существуют свои методы управления кредитными рисками. Рассмотрим основные из них [1, с. 78–79]:

1. Дифференциация заемщиков. Банк устанавливает лимиты для каждой из групп заемщиков. Например, мелкие и средние банки России могут выявлять круг постоянных клиентов и работать исключительно с ними. Также банки могут специализироваться на определенных услугах и предоставлять их конкретным отраслям или регионам. В российской практике большинство банков являются универсальными, и правильным вариантом для них будет диверсификация заемщиков на основе анализа и оценки их кредитоспособности. Под оценкой кредитоспособности в основном понимают анализ финансового состояния компаний. Данный анализ говорит о возможностях получения возмещения, если заемщик не сможет вернуть долг. Для физических лиц проводится анализ их финансового состояния и социального положения. Таким образом, успешная оценка важна не только для банков, но и для самих юридических и физических лиц.

2. Диверсификация кредитных вложений. Кредиты распределяются среди разных групп клиентов, в разных отраслях для минимизации кредитного риска. Данный метод позволяет компенсировать потери, связанные с задолженностью одних предприятий, и доходами других. На практике выявлена тенденция, заключающаяся в том, что чем меньше количество категорий заемщиков будут получать кредиты, тем больше вероятность того, что они не будут возвращены. Основная цель диверсификации кредитных вложений заключается в том, чтобы сократить крупные кредитные риски компаний. Метод основывается на индивидуальном подходе к каждому клиенту, поскольку заемщики различаются среднемесячным доходом и кредитной историей.

3. Вознаграждение за риск. Предполагает дополнительное премирование сотрудников банка. Эти средства выплачиваются сверх той суммы, которую получает сотрудник в случае совершения безрисковых кредитных сделок. Размер премии может расти, в зависимости от увеличения уровня риска.

4. Ограничение рисков. Происходит разграничение ответственности за конкретные риски между структурными подразделениями и должностными лицами. То есть происходит официальное закрепление права за отдельными группами лиц в пределах установленных сроков, сумм кредита. В банковской сфере это называют лимитом. Право устанавливать данные лимиты предоставляется группе лиц, которые включают в себя разносторонних и опытных людей, в основном это руководители высшего звена. Принятые решения о лимитах фиксируются в протоколе банка.

5. Страхование и хеджирование. Объектами страхования кредитных рисков являются инвестиционные кредиты, обязательства и поручительства, банковские ссуды. Если заемщик не способен вернуть заемные средства и проценты по ним, то банк получает страховое возмещение, которое пол-

ностью или частично покрывает размер кредита. Хеджированием называют способ страхования сделок от рисков с помощью создания определенного портфеля ценных бумаг. Банк, осуществляющий хеджирование стремится уменьшить риск, который вызван ненадежностью заемщиков, прибегая к покупке либо продажи срочных контрактов. Участвующие в данной сделке стороны обговаривают условия сделки, которая будет применяться в будущем, что позволяет зафиксировать цену и сделать расходы и доходы более ожидаемыми.

Проанализируем методы управления кредитными рисками на примере ПАО Сбербанк. Банк использует такие методы, как [2]:

- риски ограничиваются с помощью установленных лимитов;
- осуществляется идентификация, анализ и оценка потенциальных рисков на стадии, которая предшествует проведению операций, подверженных кредитному риску;
- проводится оценка ожидаемых потерь;
- для покрытия возможных потерь формируются резервы;
- внедряются единые процессы идентификации и оценки рисков;
- сделки систематизируются;
- постоянно контролируется уровень кредитного риска;
- создается эффективный процесс работы с проблемными клиентами для предотвращения задолженностей в будущем;
- система управления кредитными рисками постоянно совершенствуется;
- применяется система полномочий принятия решений.

В Сбербанке существует многоуровневая система лимитов, применяющаяся для ограничения кредитных рисков, которая включает в себя индивидуальный лимит (SNL – Single Name Limit) и страновые лимиты. SNL является верхним уровнем системы и позволяет контролировать ожидаемые потери в случае дефолта кредитора (группы заемщиков). Страновые лимиты созданы для ограничения и управления рисками определенных стран. Для розничных кредитных рисков выделяются следующие лимиты: структурные (лимит поручительства, лимит по продукту и т.п.), лимиты концентрации рисков по величине кредитных продуктов (лимит по объему задолженности заемщиков), лимиты полномочий (коллегиального органа и персональные) и лимиты на кредитующее подразделений (на сумму принятой заявки).

Сбербанк постоянно совершенствует свои методы управления кредитными рисками из-за изменяющейся макроэкономической ситуации, и это позволяет банку достигать поставленных целей и задач.

В Сбербанке существует определенная методология оценки кредитных рисков. Она заключается в системе внутренних рейтингов, которая основывается на экономико-математической модели оценки вероятности дефолта контрагентов и сделок. Происходит накопление статистических данных и на их основе проводится калибровка вероятности дефолта. Далее банк проводит оценку уровня риска на основе статистических моделей количественной оценки кредитного риска – PD, LGD, EAD. С помощью этих показателей рассчитываются ожидаемые потери (по формуле 1)

$$EL = PD \times LGD \times EAD, \quad (1)$$

где EL – ожидаемые потери,

PD – вероятность дефолта (вероятность того, что заемщик не сможет выплатить долг),

LGD – потери при дефолте (часть суммы подвержено риску при дефолте, которая теряется при его наступлении),

EAD – сумма, подверженная риску при дефолте.

В итоге, каждый банк формирует индивидуальную систему оценки кредитных рисков и способов их контролирования, основываясь на конкретных условиях сделки, положении на рынке, уровне политической и экономической стабильности, конкурентоспособности и других факторов информационной среды.

В заключение возникает необходимость резюмировать и определить итоги изучения данной темы: кредитные риски требуют постоянного наблюдения и контроля со стороны банка, так как этот риск влияет не только на клиентов, но и на все сферы деятельности банка, например, на величину процентной ставки. Но также кредитные риски возникают, когда заемщик не исполняет своих обязательств. Данная ситуация требует эффективного решения с помощью внедрения высокотехнологичных систем, которые позволят проводить точный анализ финансового положения заемщика на стадии рассмотрения и одобрения кредитной заявки, а также путем мониторинга сопутствовать процессу погашения кредитов и процентов по ним со стороны заемщика перед банком.



Также для успешного функционирования российским банкам следует учитывать и анализировать зарубежный опыт

Говоря о ситуации в стране в целом и о методах управления кредитными рисками, можно отметить, что проблем достаточно много, и решать их нужно в процессе текущего времени, т.к. банковская система – это одна из частей основы, на которой строится благополучие страны.

#### Литература

1. Зобова Е.В. Управление кредитным риском в коммерческих банках [Электронный ресурс] / Е.В. Зобова, С.С. Самойлова // Социально-экономические явления и процессы. – 2012. – № 12. – Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/upravlenie-kreditnym-riskom-v-kommercheskih-bankah>
2. Информация о рисках ПАО «Сбербанк» на 2016 год [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.sberbank.com/ru/investor-relations/reports-and-publications/ras>
3. Кутафьева Л.В. Кредитные риски. – 2013 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://sci-article.ru/stat.php?i=kreditnye\\_riski](http://sci-article.ru/stat.php?i=kreditnye_riski)
4. Митрофанова К.Б. Понятие кредитного риска и факторы, на него влияющие [Электронный ресурс] / К.Б. Митрофанова // Молодой ученый. – 2015. – № 2. – Режим доступа: <http://moluch.ru/archive/82/14980>
5. Письмо Банка России от 23.06.2004 N 70-Т «О типичных банковских рисках» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_48195](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_48195)

УДК 659.113.23

*А.С. Шрамко, студент*

*Научный руководитель: О.Н. Осина, канд. филос. наук, доцент  
г. Саратов, Саратовский государственный технический университет им. Гагарина Ю.А.*

## КОНКУРЕНЦИЯ И МОНОПОЛИЯ: ПРЕИМУЩЕСТВА И НЕДОСТАТКИ

Конкуренция и монополия являются противоположными понятиями. Одним из важнейших условий существования рынка является конкуренция, но зачастую это борьба между экономическими субъектами порождает монополию. Сам термин «конкуренция» происходит от латинского *concurrentia*, что значит соперничество, соревнование, состязание. Конкуренция – борьба между товаропроизводителями, между поставщиками товаров (продавцами) за лидерство, за первенство на рынке. Такое определение конкуренции дает автор учебного пособия Ильина Варвара Николаевна [2].

Конкуренция бывает совершенная и несовершенная. Если никто из продавцов или покупателей не способен оказать сильное влияние на цену товара, то такая рыночная структура называется совершенной конкуренцией. Если это условие не выполняется, то конкуренция называется несовершенной.

Для совершенной конкуренции существуют основные черты, которыми она и характеризуется. Первая черта – это наличие множества покупателей и продавцов определенного товара, при этом каждый из них производит или покупает малую долю от общего объема рынка. Вторая черта – это однородность товара для покупателей. Третья – это отсутствие входных барьеров для нового производителя при вступлении в отрасль и выхода из нее. Четвертая – это информирование всех участников рынка, это значит, что каждый покупатель проинформирован обо всех ценах каждого продавца. Пятой чертой является рационализм, т.е. все участники рынка, преследующие собственные интересы ведут себя адекватно, т.е. сговор в любом виде исключен.

Ниже приведены модели рыночных структур, которые относят к несовершенной конкуренции:

Чистая монополия – это, когда на рынке существует один продавец и отсутствуют близкие продукты-заменители, существует диктуемая цена и вступление в отрасль заблокировано.

Олигополия – это, когда в отрасли существует несколько фирм, которые производят однородную или различную продукцию, характеризуется контролем над ценой и наличием существенных препятствий для вступления в отрасль.

Монополистическая конкуренция – это, когда существует достаточно большое число фирм, а также ограниченный контроль над ценами. Все продукты обладают реальными или мнимыми различиями и вступление в отрасль относительно легкое. В неценовой конкуренции значительный упор делается на рекламу, торговые знаки, торговые марки и т.д.

Конкуренция подталкивает предприятия к расширению и увеличению объемов производства, при этом захватывая все большую долю рынка. Монополия предполагает крупные масштабы деятельности, которые порождают проблемы координации и управления отдельными составляющими

этой деятельности. Конкуренция проявляется на разнообразных уровнях, и она не дает предприятию заполучить абсолютно власть, т.е. стать предприятием-монополистом. Современные экономические отношения характеризуются борьбой противоположностей, монополизация обеспечивает высокотехнологичное производство, а конкуренция обеспечивает столкновение разнонаправленных интересов и благодаря этому происходит развитие производительных сил.

Общественное и государственное отношение к разнообразным формам несовершенной конкуренции практически всегда двойственно из-за противоречивой роли монополии.

Как уже отмечалось выше, монополия в силу своего положения устанавливает более высокие цены на рынке из-за ограниченного выпуска продукции, что впоследствии вызывает нерациональное распределение ресурсов и обуславливает усиление неравенства доходов, что снижает жизненный уровень населения. Можно сказать, что не все фирмы используют достижения научно-технического прогресса полноценно. И все потому, что существующие ограничения для вступления в отрасль монополии не имеют достаточных стимулов для повышения эффективности за счет научно-технического прогресса, потому что отсутствует конкуренция.

На основе всего вышесказанного можно сказать, что увеличение доли монополии снижает эффективность производства по нескольким причинам. Первая причина связана с объемами производства, максимизирующими прибыль. Объем производства при несовершенной конкуренции ниже, чем при совершенной, а цена значительно выше. Это впоследствии приводит к использованию ресурсов общества не в полном объеме, при этом часть необходимой для общества продукции не производится, а количество выпускаемой продукции не доходит до минимальных средних валовых издержек, тем самым производство осуществляется не с минимально возможными при данном уровне технологии издержками. Вторая связана со снижением производственных издержек. Так как монополист является единственным продавцом на рынке, то он не стремится к снижению производственных издержек, для него не существует стимула использовать наиболее прогрессивную технологию, для монополиста улучшение производства, снижение издержек и гибкость производства не являются важными вопросами существования фирмы. Третья причина связана с защитой монополистов своего положения. Они тратят огромные силы для того чтобы защитить свое положение на рынке и это оказывают сдерживающее воздействие на экономическую эффективность. Для мелких фирм практически невозможно проникнуть сквозь эти барьеры.

Но стоит отметить, что при всех вышеперечисленных причинах существуют и весомые аргументы в пользу монополий. Первый аргумент в пользу качества выпускаемой продукции. Монополистические компании завоевали господствующее положение на рынке благодаря качеству выпускаемой продукции. Также монополизация приводит к повышению эффективности производства. Благодаря крупным масштабам производства снижаются издержки и экономятся ресурсы.

Экономист И.А. Шумпетер говорил, что крупные фирмы, которые обладают значительной монопольной властью – являются желательным явлением в экономике, поскольку это ускоряет прогресс. Монополист может тратить прибыль на исследования, для того чтобы защитить или сделать более прочной свою монопольную власть. Он обеспечивает выгоды, занимаясь исследованиями для себя и для общества. В противовес этому конкурентные фирмы, они не имеют лишних средств для инвестирования.

Только у крупной фирмы есть достаточно средств для проведения успешных исследований и осуществления научных разработок. Крупные монополии исполняют роль некой амортизации, которая сдерживает падение производства и увеличение безработицы во время кризиса. Таким образом, можно сказать, что монополия является опорой конструкции национального хозяйства. Монополия привносит элемент стабильности в динамичную экономическую жизнь, реализуя на практике идеи планирования.

Монополия и конкуренция являют собой диалектическое единство противоположностей. При монополии конкуренция не перестала существовать, а приобрела новые формы, вышла за рамки национальных хозяйств и определяет условия производства на мировом рынке. Несомненно, монополия более глубоко втянута в международное разделение труда. В наше время крупные монопольные компании занимаются учетом и исследованием рынков сбыта, источников сырья, капитала и рабочей силы, технических возможностей, используя для этого обширную статистическую информацию. Благодаря такому учету вырабатываются подходящие прогнозы, определяется долгосрочная стратегия в области производства, капиталовложений, научных исследований.

Экономическое равновесие – это такое состояние экономики, при котором произведенная продукция реализуется, а спрос удовлетворен. Совершенная конкуренция обеспечивает общее равновесие или состояние оптимальности автоматически через рыночные цены, благодаря действию внут-

ренных экономических законов, создаются условия для получения максимальной полезности. По модели равновесия Вальраса, конкуренция является одним из необходимых условий достижения общего равновесия [3].

Главное отличие равновесия монопольного рынка от равновесия совершенного рынка заключается в том, что цена спроса не может быть равна цене предложения. При монополии цена обычно устанавливается выше средних и предельных издержек, для поддержания равновесия действуют административные регуляторы. Регулирование экономики государством происходит на два направления. Это определяется с помощью степени развития рыночной инфраструктуры, а именно через монетарные инструменты, такие как: операции на открытом рынке, регулирование учетных ставок и изменение уровня резервных требований. Также определяется с помощью денег и кредитов, объема денежной массы в обращении и путем проведения подходящей бюджетной и налоговой политики, государственных капиталовложений, а также прямого государственного вмешательства в экономику. Таким образом, с помощью административных и других методов достаточно сложно свести к нулю условия для образования монополии, поэтому нужно стараться создавать условия для перераспределения монопольного дохода в интересах всего общества.

Столкновения являются неотъемлемой частью экономических отношений, а именно между конкуренцией и монополией. Все это воздействует на производство, что в свою очередь порождает нарушения равновесия между спросом и предложением. Для рынка совершенной конкуренции характерны кризисы перепроизводства, то в последнее время характер кризисов и несоразмерности в экономике изменились. Фирма при монополистической конкуренции гораздо лучше знает положение рынка. Однако образование монопольных объединений и соглашения между ними приносят некий элемент стабильности. Рынок утрачивает хаотичность и попадает под стабилизирующее воздействие устойчивых хозяйственных связей. Но стоит отметить, что развитие этих же тенденций может вылиться в застой.

Экономическая жизнь часто очень динамична, что даже мелкие предпосылки, которые удается распознать, недостаточны для принятия своевременного и взвешенного решения. Монополистические корпорации не могут заранее спрогнозировать и рассчитать последствия своей производственной и коммерческой деятельности. Укрепление монополии в экономике, очевидно, притесняет гибкость конкурентно-рыночного механизма преодоления несоразмерности, это в свою очередь порождает новое явление в экономике, которое называется структурные кризисы.

Систематичность организации производства при монополии и разнообразие позволяют при наличии рассчитанной государственной политики, которая опирается на рыночные отношения, избегать масштабных нарушений рыночного равновесия. При рассмотрении в динамике экономических процессов нарушение равновесия на рынке – вполне обычная ситуация, но при введении элемента системности колебания равновесия на рынке не допускают их до критических отклонений.

Если для предприятия условия обновления выпускаемой продукции и качество, а также конкурентоспособность и эластичность цен невозможны, то такой рынок называется монополизированным, а действующие на нем фирмы подлежат демополизации. В отраслях, формирующих технологические новшества и оказывающие влияние на состояние всей экономики, контроль за стадией монополизации наиболее обострен. При формировании государственной политики в условиях монополии главной задачей является поддержание высокой конкурентоспособности рынка.

Законом о защите конкуренции, принятым в 2006 году, установлены правовые основы предупреждения ограничения и пресечения монополистической деятельности и недобросовестной конкуренции [5]. Если фирма имеет доминирующее положение и доля выпускаемого ею товара превышает 50%, то считается, что данная фирма-монополист. Для таких фирм в соответствии с пунктом 31, статьи 14 КоАП РФ, накладывается либо административный штраф в размере от пятнадцати тысяч до двадцати тысяч рублей для должностных лиц; для юридических лиц – от трехсот тысяч до одного миллиона рублей, а также влечет наложение административного штрафа на должностных лиц в размере от двадцати тысяч до пятидесяти тысяч рублей [1]. В соответствии с подпунктом 2, пунктом 31, статьи 14 КоАП наказание также влечет наложение административного штрафа на должностных лиц в размере от двадцати тысяч до пятидесяти тысяч рублей либо дисквалификация на срок до трех лет; на юридических лиц – от одной сотой до пятнадцати сотых размера суммы выручки правонарушителя от реализации товара [1].

На основе вышеизложенного можно сделать вывод, что у конкуренции есть две стороны: покупатель и продавец на экономическом рынке имеют множество возможностей. У покупателя для приобретения товаров, а у продавца для их реализации. Другая сторона заключается в обмене между продавцом и покупателем, при этом каждая сторона ставит свой интерес выше интереса другой. В

результате чего продавец и покупатель идут на компромисс, заключая соглашение при определении цены, в противном случае соглашения не будет, а каждая сторона понесет убытки.

Одно из важных условий конкуренции-суверенитет субъектов рыночных отношений от воздействия различных сил. Этот суверенитет выражается в возможности принятия самостоятельного решения, связанным с производством или покупкой товаров и услуг. А так же суверенитет заключается в свободе выбора рыночных партнеров. Следует отметить, что при конкуренции субъекты хозяйственной деятельности как бы взаимно контролируют друг друга, причем делают это значительно лучше самого скрупулёзного государственного органа. Конкуренция – это также важный инструмент регулирования пропорций общественного производства в условиях рынка.

У конкуренции двойственная природа. Она включает в себя положительные и отрицательные последствия и действия. С одной стороны, конкуренция является внешней принудительной силой, которая побуждает ее участников и при этом заботится о своих собственных микрохозяйственных интересах и способствует общественному прогрессу.

Монополия, в свою очередь, губительно влияет на экономический рынок и на экономику в целом. Для монополии не свойственно поддержание конкурентного тонуса, что в последствии замедляет научно-технический прогресс. Так как для получения прибыли фирмам-монополистам совсем не обязательно осваивать новые технологии, увеличивать сбыт и уменьшать затраты. Достаточно просто установить высокие цены и навязать их потребителям. Потребителям приходится мириться с меньшим количеством товаров из-за высоких цен. При монополии производители получают ту же прибыль, производя меньше товаров. Впоследствии начинает ухудшаться качество товара.

Таким образом, монополия тормозит использование достижений научно-технического прогресса. Это делает экономику весьма расточительной. Основным фактором развития в такой экономике выступают дополнительные материальные, финансовые и человеческие ресурсы. При монополии цены теряют рыночную гибкость. В монополизированной экономике практически не реагируют на колебание спроса и предложения. Монополия гасит, идущие от спроса к производству, импульсы, а также дезориентирует инвестиционные потоки, а потребности потребителей остаются неудовлетворенными.

#### Литература

1. Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях от 30.12.2001 N 195-ФЗ (ред. от 07.03.2017) (с изм. и доп., вступ. в силу с 25.03.2017) // Консультант Плюс. Режим доступа: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_34661](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_34661)
2. Ильина В.Н. Конкуренция: учебное пособие [Электронный ресурс] / В.Н. Ильина. – Электрон. текстовые данные. – Саратов: Ай Пи Эр Медиа, 2008. – 50 с. – Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/938.html>
3. Курс экономической теории / под ред. М.Н. Чепурина, Е.А. Киселевой. – Киров: «АСА», 2007. – 832 с.
4. Нуреев Р.М. Курс микроэкономики: учебник для вузов / Р.М. Нуреев. – М.: Изд-во «НОРМА», 2002. – 576 с.
5. Федеральный закон «О защите конкуренции» от 26.07.2006 N 135-ФЗ // Консультант Плюс. Режим доступа: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_61763](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_61763)

УДК 368.1:334

**Я.В. Шуликина, студент**

*Научный руководитель: Е.И. Васильченко, доцент*

*г. Краснодар, Кубанский государственный аграрный университет им. И.Т. Трубилина*

## СТРАХОВАНИЕ БИЗНЕСА

В современных экономических условиях малый и средний бизнес постоянно испытывает при осуществлении своей деятельности риск, который по своему определению является вероятностью возможной нежелательной потери чего-либо при плохом стечении обстоятельств.

Организовать свой бизнес, а потом еще и удержать его, обеспечивая стабильность и функционирование – дело совершенно непростое. Никто не застрахован от разных рисков, связанных с предпринимательской деятельностью, невозможно точно спрогнозировать, что произойдет в следующем финансовом году. Даже самый перспективный и развивающийся бизнес всегда предполагает наличие риска обанкротиться, что довольно быстро приведет к потере своих занимаемых позиций на рынке.

Это связано с геополитической и экономической ситуацией в мире, различными тенденциями развития и многообразными происходящими событиями, такими как аварии, увольнение персонала,

стихийные бедствия (пожары, наводнения, землетрясения, обвалы, оползни и т.д.). Все эти факторы ставят под угрозу не только прибыль компании и эффективность ее деятельности, но и само существование бизнеса.

В настоящее время на рынке функционирует достаточно большое количество фирм различных размеров и форм собственности. Руководство каждой фирмы самостоятельно определяет свое отношение к рискам и их последствиям. Степень влияния риска зависит от размеров и финансового положения организации. Одно и то же негативное событие может по-разному отразиться на ее деятельности и функционировании. Бюджет каждой организации также имеет существенные различия и то, что для одного лишь неприятность, для другого может оказаться целой катастрофой, которая немедленно приведет к приостановке деятельности.

Однако негативные последствия для предпринимателей и владельцев малого бизнеса можно минимизировать путем компенсирования возможных потерь. Предвидеть наступление кризисной ситуации крайне тяжело, но сократить причиненный ущерб возможно. Для этого и существует институт страхования бизнеса, включающий в себя множество видов и способов страхования. Они позволяют защитить материальные ресурсы, финансовые средства, имущество и другие атрибуты предпринимательской деятельности путем компенсации возможных убытков [1].

Первый момент, играющий важную роль, в страховании бизнеса – это страховая сумма. Она должна быть как можно больше, поскольку выплата по страховому случаю зачастую является для предпринимателя единственным источником покрытия ущерба.

Второй – это размер страхового взноса. Это не менее важный фактор, так как владельцы бизнеса обычно вкладывают все свои финансы в дело, а при возникновении форс-мажорных ситуаций, они даже не имеют резервов для ликвидации их последствий.

Третье – это сроки выплаты по страховому случаю, порядок оформления документов для их получения. Длительный срок подготовки документации приведет к задержке получения страхового возмещения, что может вызвать затруднения в работе фирмы.

Отмечают следующие основные виды страхования бизнеса:

- 1) страхование имущества;
- 2) страхование ответственности;
- 3) страхование от перерывов в производстве;
- 4) страхование от нарушений обязательств контрагентов;
- 5) перестрахование.

Первый вид включает в себя страхование оборудования, мебели, помещения, товаров и запасов. В случае их кражи, порчи или при возникновении другого страхового случая, страховая компания должна будет выплатить пострадавшему предприятию (страхователю) страховую сумму, которая определена договором.

Страхование ответственности за причинение вреда заключается в том, что страховщик должен будет возместить убытки третьим лицам (например, клиентам) при предъявлении ими претензий к предприятию. При этом страховая компания исполнит требование о возмещении вреда согласно договору страхования профессиональной ответственности.

В свою очередь, страхование от перерывов в производстве позволит возместить убытки, связанные с неполученной прибылью и ежемесячными расходами, такими как заработная плата персонала, аренда помещения, уплата налогов и амортизация. Размер ущерба, который страховая компания возместит будет напрямую зависеть от фактического времени простоя.

Страхование на случай нарушений контрагентов – этот вид страхования используется при торгово-экспортных операциях и внешнеторговой деятельности. При этом страховой договор заключается до начала отгрузки товара, а сама защита начинает действовать с момента, когда сам товар уже у покупателя и тот выставил счет за него.

Перестрахование применяется в случаях, когда страховая сумма настолько велика, что одна страховая компания не в силах сама нести ответственность. Оно связано с гигантскими катастрофическими рисками (авиационным, космическим, промышленным и др.). Это так называемое «страхование» страховой компании у другого страховщика.

Многие страховые компании предлагают своим клиентам и другие услуги, такие как медицинское страхование персонала, автомобилей (ОСАГО, угон и другие риски), страхование товаров и оборудования, страхование гражданской ответственности при осуществлении предпринимательской деятельности и т.д. [2].

Не стоит забывать, что оценка убытков возникает на момент их фактического возникновения – страхового случая. В договоре страховой компанией определяется максимальная сумма возмещения

убытка предпринимателю – страховой лимит, а также указываются конкретные обстоятельства, после наступления которых он будет возмещаться.

Напомним, что договор страхования – договор между страхователем и страховщиком, в соответствии, с условиями которого страховщик обязуется выплатить страхователю или выгодоприобретателю определенную денежную сумму при наступлении предусмотренного договором страхового случая взамен уплаты страхователем страховой премии

При этом ограничений по виду бизнеса для заключения страхового договора не существует. Для заключения договора страхования владелец бизнеса должен предоставить: маркетинговые исследования, данные об услугах и товарах, годовую отчетность за последние 3 финансовых года, бухгалтерские балансы с приложениями, отчеты о прибылях и убытках с пояснительными записками и отметками налоговой инспекции, показатели и коэффициенты финансовой деятельности предприятия, а также другие данные по требованию страховой компании.

В страхование малого и среднего бизнеса в РФ входит:

- страхование бизнес рисков;
- страхование валютных рисков;
- страхование инвестиционных рисков;
- страхование информационных рисков;
- страхование коммерческих рисков;
- страхование экономических рисков;
- страхование банковских рисков и т.д.

Сейчас страхование становится технологией бизнеса, поскольку новое комплексное страхование, которое предлагают страховые компании своим клиентам дает возможность приобретения страховых продуктов, снизить риски и повысить эффективность бизнеса в целом.

Страхование курсовых колебаний – является «новинкой» для российского бизнеса. Тем не менее страхование ответственности директоров и других руководителей становится все более и более актуальным. Первый, кто внедрил эту форму страхования на российском рынке – ОСАО «Ингосстрах», хотя получение такой защиты возможно также и через страховых брокеров.

Рассмотрим наглядный пример этого вида страхования: холдинг выделил в отдельную компанию одно из своих подразделений и осуществил первичное размещение ценных бумаг этой компании через ADR [3]. Через несколько месяцев это подразделение объявило о существенном сокращении объема продаж, что вызвало резкое снижение курса акций. Акционеры незамедлительно выдвинули иск, утверждая, что директора обеих компаний до размещения акций знали о плохой ситуации с продажами. Выплаты по страхованию курсовых колебаний составляют возмещение расходов руководителей коммерческих и финансовых предприятий, понесенных ими по претензиям и требованиям, которые выдвигаются против них в связи с их ошибочными или небрежными действиями или нарушением служебных обязанностей.

Страхование ответственности шефов – в России основными потребителями этого вида страхования являются предприятия, которые выходят со своими ценными бумагами на западные финансовые рынки или открывающие зарубежные филиалы. Этот вид страхования необходим при включении акций компании в листинг Нью-Йоркской фондовой биржи, выпуске американских депозитарных расписок. При этом действия руководства российских компаний подпадают под действие законодательства США.

#### Литература

1. Казанцев С.К. Основы страхования [электронный ресурс]. URL: [http://otherreferats.allbest.ru/bank/00113654\\_0.html](http://otherreferats.allbest.ru/bank/00113654_0.html) (дата обращения: 08.03.2017).
2. Гриценко Л.Ю. Ежедневный познавательный журнал ШколаЖизни.ру [электронный ресурс]. URL: <https://shkolazhizni.ru/job/articles/19573/> (дата обращения: 08.03.2017).
3. Маликова К.Ю. Страхование кредитных рисков как инструмент антикризисного управления [электронный ресурс] URL: <http://novainfo.ru/article/3042> (дата обращения: 08.03.2017).

## **ЦЕЛИ И ПРИНЦИПЫ ОБУЧЕНИЯ ПЕРСОНАЛА ОРГАНИЗАЦИИ**

С обучением человек встречается на протяжении всей своей жизни. Сначала с обучением он сталкивается, обучаясь в школах, училищах, техникумах, колледжах и лицеях, затем он проходит обучение в институтах, вузах, на специализированных факультетах повышения квалификации и переподготовки кадров, в учебных центрах, а также на курсах и семинарах, организованных как в самой организации, так и вне ее пределов.

Обучение персонала представляет собой процесс, в ходе которого происходит овладение компетенциями, которые необходимы сотруднику для того, чтобы успешно и эффективно выполнить свои профессиональные задачи.

С обучением персонала сталкиваются практически все организации, но особое внимание данному процессу уделяется в организациях, предоставляющих образовательные услуги. В связи с постоянными изменениями требований и норм в сфере образования, подготовка специалистов в области предоставления образовательных услуг приобретает особую значимость. Круг проблем, которые стоят перед педагогом, настолько широк, что от него требуется высокий профессиональный уровень знаний, умений, навыков и способов общения. Наличие обученных специалистов в образовательной организации помогает повысить уровень конкурентоспособности и развития такой организации [6, с. 78].

Во-первых, постоянно растущий уровень конкуренции, а именно открытие новых образовательных учреждений, затрудняет работу организации и снижает ее эффективность, если регулярно не совершенствовать уровень работы организации и ее сотрудников. Недостаточная профессиональная подготовка сотрудников и устаревшие подходы к работе на различных уровнях организации являются серьезным препятствием к достижению стратегической цели организации и получению максимально эффективных результатов. Поэтому необходимо периодически проводить обучение персонала при помощи учебных программ, разработанных для сотрудников всех категорий организации, а также разнообразных форм обучения.

Во-вторых, из-за изменений, которые происходят в сфере образования, у организации возникает потребность в сотрудниках с яркими талантами и свежими идеями, которые способны повысить уровень конкурентоспособности организации. Чтобы обеспечить себя такими сотрудниками организация инвестирует денежные средства в обучение своих сотрудников. После повышения уровня профессиональной подготовки сотрудников, они тратят меньше времени на решение той или иной проблемы, без особых затруднений решают сложные задачи, настойчиво ищут и находят успешные ответы на возникающие вопросы, быстро справляются с трудностями в работе, а также у таких сотрудников повышается уровень приверженности своей организации и готовности работать на организацию с максимальной отдачей своих сил. Поэтому инвестиции в сотрудников, а также предоставление условий для развития и повышения их профессионального потенциала помогают повысить эффективность, качество работы организации и уровень конкурентоспособности организации.

В-третьих, из-за высокой скорости изменений в сфере образования и переход на современные методы работы, необходимо прибегать к внедрению и реализации определенных организационных изменений. На пути к осуществлению организационных изменений главным препятствием может стать сопротивление сотрудников организации в которой намечаются изменения. В основном сопротивление вызвано: недостатком у сотрудников знаний и навыков, которые необходимы в новых условиях; наличием старой системы ценностей и приоритетов, которые определяют общение и поведение сотрудников; возникновением страха перед новым и неуверенности в своих силах; непониманием цели и путей осуществления изменений; недостаточной заинтересованностью сотрудников в изменениях. Такие сопротивления возможно предотвратить при помощи проведения соответствующего обучения персонала. Поэтому если обучение будет успешно организовано, детально продуманно и вовремя проведено, то сопротивления со стороны сотрудников возникать не будут, а успех внедрения и проведения организационных изменений будет обеспечен.

Таким образом, в связи с быстро меняющимися условиями в сфере образования, постоянное обучение персонала в образовательных организациях необходимо, потому что от профессионального

уровня сотрудников зависит не только достижение целей организации, но и уровень качества предоставляемых услуг.

Обучение персонала ставит перед собой большое количество целей, главной из которых является получение знаний. Обучение персонала может быть направлено как на результаты организации, так и на сотрудников. Для того, чтобы обучение персонала приносило положительные результаты, то необходимо передать сотруднику знания и навыки, которые пригодятся при выполнении его трудовых функций. Обучение, которое направлено лишь на развитие и мотивацию сотрудника в основном не приносит никакой пользы для работы организации, а лишь представляет собой денежные вложения в сотрудников.

Рассмотрим основные цели обучения персонала организации и их характеристику.

1. Обеспечение сотрудников знаниями и умениями, которые понадобятся для эффективного выполнения своих трудовых функций.

Данная цель обучения заключается в том, что сотрудник должен владеть, как минимум, необходимыми навыками для того, чтобы выполнять свою работу. Для того, чтобы можно было подойти к работе осмысленно, гибко и даже при необходимости творчески сотруднику необходимы знания, которые соответствуют его работе.

Наличие у сотрудника образования того или иного уровня, связанное или нет с профилем деятельности не всегда дает гарантии того, что работа специалиста будет успешна. Сотрудник, который не проходит регулярное обучение со временем теряет свои навыки, и его трудовая деятельность перестает быть эффективной, такой сотрудник не может успешно выполнять свои функциональные обязанности.

Потеря знаний и навыков является естественным и довольно быстрым процессом. Поэтому даже если сотрудник имеет профессиональное высшее образование, то через определенное время трудовой деятельности сотрудника такое образование теряет свою актуальность.

Таким образом, любой квалифицированный сотрудник с большим опытом работы, который принят в новую организацию должен пройти обучение для ознакомления с организацией, особенностями услуг и продукции, которые она предлагает, а также со своим местом в данной организации и должностными обязанностями.

2. Поддержание профессионального уровня персонала и знакомство его с современными технологиями, а также изменениями, которые происходят в социально-экономической и правовой сферах.

Такая цель является понятной, практичной и в определенной степени легко достижимой. В практике данная цель именуется как один из видов обучения – повышение квалификации.

Для реализации такой цели строят или используют уже имеющуюся систему обучения персонала в которой прописываются определённые задачи для осуществления такого обучения. Такая система включает в себя: выявление потребности в обучении, составление программы обучения и направление сотрудников, которым необходимо обучение на различные курсы и тренинги.

Данная цель предполагает то, что обучение сотрудника происходит в рамках рабочего места, его должностных обязанностей и соответствует стратегии организации. Для повышения и поддержания уровня квалификации сотрудников необходимо постоянно организовывать обучение особенно для сотрудников руководящих должностей.

Таким образом, сотруднику необходимо постоянно обновлять и совершенствовать свои знания и умения в соответствии с изменяющимися требованиями, предъявляемые к профилю выполняемой работы или его изменением.

3. Подготовка сотрудников к временному замещению ими коллег на период отпуска, болезни, командировки или при увольнении.

Данная цель обучения подразумевает то, что возникают ситуации, когда тому или иному сотруднику приходится отсутствовать на своем рабочем месте по определенным причинам. Работу тех, кто отсутствует неизбежно выполняют их коллеги, и если не обучать сотрудников этому заранее, то эффективность работы будет подорвана либо вообще не сделана, что может отрицательно отразиться на работе организации в целом.

Таким образом, для того чтобы организация работала успешно необходимо определенную часть сотрудников обучить навыкам и дать знания, которые позволят заменять отсутствующих коллег.

4. Подготовка сотрудников к перемещению или продвижению по карьерной лестнице организации.

Данная цель раскрывается в том, что в организации есть определенные сотрудники, которые имеют высокий потенциал. Такие люди именуется как «золотой фонд», потому что обеспечивают успешное прогрессивное развитие организации.



Организация дорожит такими сотрудниками и для того, чтобы максимально эффективно использовать их потенциал, а главное не допустить потери таких сотрудников, необходимо проводить своевременное продвижение их по карьерной лестнице организации или расширить их должностные обязанности и полномочия, тем самым обеспечивая их новой интересной работой при этом повышая уровень заработной платы. Если не выполнять такие операции, то организация может потерять сотрудников или же эффективность их труда значительно снизится [3, с. 65].

Перед тем, как продвигать сотрудников необходимо их обучить. Потому что, не смотря на их высокий потенциал просто реализуя обязанности на своем рабочем месте, они не смогут выполнять работу на новой должности, не освоив новые знания и навыки.

Таким образом, в организации необходимо проводить плановую работу по обучению сотрудников с высоким потенциалом, имеющих перспективы для того, чтоб подготавливать их к возможному продвижению или перемещению по карьерной лестнице организации.

5. Создание и поддержание у сотрудников чувства причастности к работе организации, ознакомление их со стратегией, структурой, услугами и технологией деятельности организации [9, с. 15].

Такая цель обучения обусловлена тем, что ограниченное получение информации в процессе коммуникаций по поводу обязанностей, которые выполняются сотрудником, о качестве работы, а также недостаточная информация о направлениях в которых работает организация и ее стратегических целях приводит к снижению эффективности трудовой деятельности сотрудников организации.

Такое обучение представляет собой донесение определенной информации до сотрудников на соответствующих плановых семинарах, собраниях, беседах с руководством и т.д.

Детально подобранная информация о сути работы, которую сотрудник выполняет, ее смысле и качестве, а также ее соответствие направлениям, целям организации и успешное донесение такой информации до сотрудников повышает эффективность работы не только сотрудников, но и организации в целом [10, с. 8].

Поэтому, любому сотруднику организации необходимо получать не только соответствующие его работе знания, умения и навыки, а также он должен постоянно быть проинформирован со стороны руководства для того, чтобы лучше понимать процессы, которые происходят в компании и мог без затруднений в них участвовать.

6. Повышение мотивации сотрудников к работе через неформальное общение с руководством организации.

Данная цель заключается в том, что сам процесс обучения, проводимый в пределах организации, улучшает настроение сотрудника и повышает мотивацию по отношению к работе. Это достигается за счет того, что обучение внутри организации в большинстве случаев сопровождается встречей с руководством, в ходе которой обучение прерывается на «кофе-паузы», обеды и другие перерывы для отдыха, а также уделяется особое внимание сотрудникам, проходящим обучение, которые приводят к неформальному общению не только всего коллектива, но и коллектива с руководством. Такой подход говорит о том, что организация трепетно относится к своим сотрудникам и дорожит ими, а именно готова на долгосрочное сотрудничество с ними [8, с. 7].

Поэтому для того, чтобы организация работала успешно обучение необходимо проводить при активной заинтересованности руководства, в благоприятных условиях, а в самом процессе проведения обучения должны прямо или косвенно участвовать руководители организации, тогда сотрудники почувствуют, что они значимы и будут максимально эффективно и с большим рвением выполнять свои трудовые обязанности.

7. Цели обучения, которые определяются действующим законодательством.

В действующем трудовом кодексе РФ и иных федеральных законах предусмотрено обучение правилам техники безопасности и охраны труда в обязательном порядке для определенного ряда категорий сотрудников.

Поэтому организации имеющей таких сотрудников необходимо периодически проводить обучение таких категорий сотрудников иначе руководители или сами сотрудники могут понести материальный ущерб и иные санкции, предписанные соответствующими подзаконными ведомственными нормативными документами.

Список целей, представленных выше, не является окончательным, в зависимости от стратегии организации цели обучения могут иметь другую формулировку.

Для эффективного достижения поставленных целей обучения необходимо создать благоприятные условия сотрудникам, проходящим обучение, а также необходимо верно определить содержание обучения и выбранные средства при помощи, которых возможно успешное решение данных задач. Для организации успешного обучения необходимо соблюдать определенные принципы, которые

обеспечивают высокую эффективность учебного процесса и его результатов. Рассмотрим основные принципы обучения [7, с. 5].

1. Принцип учета начального уровня знаний и опыта обучающихся.

Основой для эффективного обучения персонала выступает точная оценка его уровня подготовки. Сотрудники, проходящие обучение, могут не совпадать по уровню развития у них способностей, которые необходимы при успешной реализации определенной деятельности в той или иной области. При большой разнице в уровне подготовки между обучающимися сотрудниками программу обучения ориентируют на средний уровень, что снижает эффективность обучения сотрудников с более высоким уровнем подготовки. Распределение обучающихся сотрудников в группы по уровню их профессиональной подготовленности и квалификации приведет к повышению эффективности обучения.

2. Принцип формирования и поддержания высокой мотивации к обучению.

Главная задача, стоящая перед руководством организации, состоит в том, чтобы сформировать у сотрудников высокую мотивацию к обучению. Отсутствие такой мотивации или нежелание учиться затрудняют усвоение новых знаний обучающимися сотрудниками. Для того, чтобы уровень мотивации сотрудников к обучению повышался и сохранялся, необходимо до начала обучения стимулировать стремление сотрудников к развитию своих профессиональных навыков, а также получению новых знаний и обновлению имеющихся.

3. Принцип обеспечения обучающихся сотрудников полной и своевременной обратной связи.

Информирование сотрудников об успехах, которые они достигают в обучении и о том, насколько они отвечают требованиям, установленным их рабочим местом, является принципом, обеспечивающим эффективное обучение сотрудников. Обратная связь является средством, благодаря которому происходит отслеживание прогресса в обучении, а когда возникают определенные затруднения, такая связь помогает понять их характер, источники и причины возникновения, а также определяет действия для избегания таких затруднений в будущем. Обратная связь выступает инструментом, повышающим мотивацию к обучению.

4. Принцип отработки полученных навыков на практике.

Практика выступает возможностью в процессе обучения отработать полученные знания и навыки, решая ситуации, которые максимально приближены к тем, с которыми сотрудники сталкиваются в ходе своей профессиональной трудовой деятельности. Без закрепления на практике знаний, навыков и умений, освоенных в процессе обучения, затруднительно достижение цели обучения и повышения эффективности работы сотрудника.

5. Принцип применения приобретенных знаний и навыков на рабочем месте.

При подготовке программы обучения и выборе метода обучения в первую очередь ориентируются на степень применимости сотрудником полученных знаний и умений непосредственно в ходе своей трудовой деятельности и возможности перенести такие знания на рабочее место. Важно убедиться в том, что каждому, кто проходил курс обучения, предоставлены условия для применения полученных знаний при выполнении своих повседневных обязанностей. Ведь то, чему научился сотрудник во время обучения, принесет пользу и поможет достичь поставленной цели обучения в том случае, если данные знания смогут быть перенесены из учебной аудитории на рабочее место.

6. Принцип востребованности результатов обучения.

Суть данного принципа заключается не только в том, насколько готов и стремится работник использовать полученные знания на практике, но и в том, насколько располагают к этому условия, предоставленные на рабочем месте. Сотрудники получают знания с целью применения их на своем рабочем месте, улучшения выполняемых задач и функций, которые стоят перед ними сегодня или предстоит выполнять в будущем. Без соблюдения данного принципа смысл обучения теряется. Обеспечение и поддержание востребованности результатов обучения является сложной задачей, которая требует от работников и от руководителей отказ от старых установок работы, а возможно и изменение всей системы управления. Если этого не делать, то полученные знания, умения и навыки, которые приобретены в ходе обучения, через определённый промежуток времени утратят свою силу и вернуться в старое состояние, требующее улучшения.

Уровень эффективности можно повысить с помощью устранения факторов, которые снижают ее эффективность, а именно не допускать плохой системы контроля за процессом обучения, следить за подготовленностью привлеченных экспертов и преподавателей, повышать заинтересованность руководства в обучении и прочие факторы, которые отрицательно сказываются на процессе обучения [1, с. 26].

Таким образом, обучение персонала выступает как процесс целенаправленного, организованного, планомерного и систематического получения знаний, умений, навыков и способов общения. Ру-

ководят данным процессом преподаватели, наставники, специалисты и руководители, имеющие большой опыт в той или иной сфере. Обучение персонала ставит перед собой большое количество целей, которые в зависимости от стратегии организации имеют разные формулировки. Несмотря на большое разнообразие целей обучений главной целью является получение знаний. Для того, чтобы организовать успешное достижение целей обучения необходимо соблюдать определенные принципы, обеспечивающие высокую эффективность учебного процесса и его результатов.

#### Литература

1. Базаров Т.Ю. Управление персоналом. – М.: ЮНИТИ, 2002. – 276 с.
2. Волкова И.А. Воспроизводство кадрового потенциала // Аграрная наука. 2014. № 7. С. 11–12.
3. Волкова И.А., Гайнуллина Г.А. Основы менеджмента: Учебное пособие для студентов специальности 080505 «Управление персоналом». – Омск: Изд-во Омского института предпринимательства и права, 2005. – 292 с.
4. Дайнека А.В. Управление персоналом. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и Ко», 2013. – С. 20–56.
5. Егоршин А.П. Управление персоналом. – Н. Новгород: НИМБ, 2003. – 578 с.
6. Кибанов А.Я. Управление персоналом организации. – М.: ИНФРА-М, 1997. – 176 с.
7. Коджаспирова Г.М., Коджаспиров А.Ю. Педагогический словарь для студентов высших и средних педагогических заведений. – М.: Издательский центр Academia, 2002. – 95 с.
8. Магура М.И., Курбатова М.Б. Организация обучения персонала компании. – М: Бизнес-школа ИНТЕЛ-СИНТЕЗ, 2003. – 89 с.
9. Маслова В.М. Управление персоналом: учебник и практикум для академического бакалавриата. – М.: Издательство Юрайт, 2015. – 224 с.
10. Чуланова О.Л., Тимченко Я.А. Корпоративное обучение персонала и методы его оценки: подходы, инструментарий, проблемы и пути их преодоления // Интернет-журнал «НАУКОВЕДЕНИЕ». – 2016. – № 1. – С. 3–6.
11. Шекшня С.В. Управление персоналом современной организации. – М: ЗАО «Бизнес-школа «Интел-Синтез», 2000. – 135 с.

УДК 005

**З.Т. Юанова, студент**

*Научный руководитель: Е.Н. Лепяхова, канд. социол. наук, доцент  
г. Ставрополь, Северо-Кавказский федеральный университет*

## АНТИКРИЗИСНОЕ УПРАВЛЕНИЕ И РЕГУЛИРОВАНИЕ

В период кризиса бизнес, особенно малый, первым чувствует новые изменения и трансформации на рынке и в поведении потребителей. Выход из кризисной ситуации всегда существует. Конечно, в зависимости от масштабов кризисной ситуации методика и процедура будут различны.

Развитие рыночных отношений позволяет осуществить формирование и редактирование законодательства в области антикризисного управления, регулирующего хозяйственные отношения и процессы. Во-первых, сформирована методика перехода от краткосрочных антикризисных мероприятий к систематическому производственно-финансовому планированию и соответствующему бизнес – планированию деятельности производственных хозяйствующих субъектов. Во-вторых, существует целенаправленная и упорядоченная практика антикризисного регулирования деятельности организаций с помощью государственных мер воздействия.

Данные обстоятельства формируют условия для появления и развития в антикризисном управлении двух основных направлений: государственного антикризисного регулирования, основанного на законодательных ограничениях предпринимательской деятельности; антикризисного менеджмента организаций на основе анализа, бизнес-планирования и прогнозирования.

Экономический кризис представляет собой, прежде всего, проявление циклического характера развития рыночной экономики. И в зависимости от определенного вида кризиса необходимо применять конкретный механизм антикризисного управления для преодоления данной ситуации [1, с. 51–58].

В настоящее время много информации и разговоров о кризисе, неплатежах и задолженностях, оптимизации и сокращении расходов, сокращении персонала. К слову, немного информации или практически ее нет о действительно эффективных антикризисных мерах, которые позволят не только выжить предприятию в условиях кризиса, но и обладать преимуществом перед конкурентами.

Для быстрого принятия эффективного и правильного решения в кризисных условиях для его разрешения или предотвращения целесообразно изучить все его признаки и суметь своевременно его распознать. В данной ситуации (в распознавании кризиса) немаловажное значение имеет оценка взаимосвязи проблем. Наличие и характер таких взаимосвязей показывает степень опасности кризиса и об его природе и форме.

В общем виде структура преодоления (выхода) предприятия из кризиса можно представить в виде ступенчатого поэтапного механизма движения предприятия для успешного завершения борьбы с кризисной ситуацией.

Нельзя не отметить, что для минимизации последствий кризиса необходимо систематически проводить ряд процедур. Так, регулярный мониторинг общего состояния дел следует проводить в обязательном порядке.

Данный метод можно сравнить с медицинским обследованием: чем раньше поставлен диагноз, тем больше шансов на выздоровление. Для оценки состояния дел предприятия может провести, как внутренний аудит, так и пригласить стороннюю аудиторскую организацию.

Следует также помнить об эффективном управлении человеческими ресурсами. Этот принцип важен не только в условиях кризиса, но и в «мирное» время. Ведь простое сокращение персонала в условиях кризиса позволит предприятию сэкономить лишь малую часть и в краткосрочной перспективе, однако, практически никак не отражается на итоговой эффективности предприятия в стратегическом разрезе. То есть данный метод не является эффективной антикризисной мерой. Поэтому качественная работа кадровой службы и управленческого звена в данной области – необходимость и залог эффективности предприятия.

Любая кризисная ситуация привлекает внимание СМИ, которые видят в этой информации источник дохода. Данная ситуация может негативным образом повлиять на имидж организации, оказать лишнее воздействие на положение дел и мнение партнеров и потребителей (клиентов) предприятия.

Кстати сказать, здесь не важен характер кризиса (локальный, временный).

Поэтому для сохранения своей репутации и деловой активности необходимо четко и грамотно предпринимать какие-либо действия.

В условиях кризиса у предприятия существует, как минимум, два способа остановить развитие кризиса:

- стремиться избежать возникновения проблем, которые способны вызвать кризис, т.е. стараться действовать с минимальной вероятностью стимулирования возникновения кризиса;
- в рамках уже наступившей кризисной ситуации на предприятии рекомендовано выявить существующие сферы деятельности организации, которые поражены кризисом, и, соответственно, предпринимать все возможные действия для локализации и минимизации потенциального ущерба.

Таким образом, разработка и внедрение необходимых антикризисных мер на предприятии является неотъемлемой частью функционирования предприятия и экономики в целом. Кризиса избегать всегда невозможно, однако, при эффективных и правильных антикризисных процедурах последствия можно минимизировать, а где-то обернуть в свою пользу.

Антикризисное управление в фирме предполагает исследование системы производственно-экономических отношений, которая связана с диагностикой кризисных явлений в функционировании различных организационных правовых форм хозяйствования и включает в себя правовые и экономические аспекты рыночных явлений [3, с. 40].

Сущность и назначение антикризисного управления:

- предварительная диагностика причин возникновения кризиса в организации;
- анализ внешней среды и потенциала преимуществ хозяйствующего субъекта для выбора стратегического развития хозяйствующего субъекта;
- разработка эффективного бизнес-плана по повышению конкурентоспособности и финансовому оздоровлению предприятия;
- формирование процедур финансового оздоровления организации и системы контроля выполнения осуществляемых мероприятий.

Согласно сложившейся в России практике, антикризисное управление – обязательная составляющая процедуры несостоятельности организации.

Необходимо иметь в виду, что именно несостоятельность (банкротство) юридических или физических лиц наиболее полно раскрыто в нормативных и законодательных актах РФ.

Показателем эффективности антикризисного управления на предприятии является достижение поставленных целей по смягчению, локализации и позитивному использованию кризисных ситуаций в сопоставлении с затраченными на это производственными ресурсами.

Процесс антикризисного управления организации представлен четырьмя этапами: 1) формулируется основная цель антикризисного управления хозяйствующего субъекта, т.е. определяется финансово-производственное состояние организации на момент введения антикризисных мероприятий; 2) описывается фактическая ситуация, и составляется прогноз на текущую и стратегическую перспективу; 3) формулируется проблема антикризисного управления как рассогласования ситуации и

миссии, производится оценка вероятности этого рассогласования; 4) разрабатываются оперативные, тактические и стратегические управленческие решения деятельности организации; 5) разрабатываются процедуры финансового оздоровления и конкретные мероприятия по их реализации.

Рассмотренные этапы антикризисного процесса характеризуют, что управление в несостоятельной организации базируется как на основных экономических законах, свойственных управленческим операциям и явлениям, так и на нестандартных особенностях, связанных с осуществлением антикризисных процедур.

Процедуры антикризисного управления в хозяйствующем субъекте реализуются на каждом этапе, они классифицируются на линейные, корректируемые, разветвленные, ситуационные и поисковые.

Для экономически эффективной реализации процесса антикризисного управления в организации необходимо наличие взаимосвязанных факторов и предпосылок. К ним относятся: культура антикризисного управления в фирме; информационные потоки процесса антикризисного управления организации; уровень систематизации и формализации явления антикризисного управления хозяйствующего субъекта; усиление целевой ориентации предприятия по вопросу финансовой устойчивости; снижение этапов антикризисного управления; сокращение продолжительности переходных антикризисных операций и явлений в организации [2, с. 63].

Наличие, степень полноты и совершенства перечисленных выше показателей характеризуют вероятность эффективного осуществления процесса антикризисного управления на предприятии [3, с. 23].

В Российской Федерации актуальны теория и практика антикризисных мероприятий, где в силу устойчивого кризиса неплатежей значительное число организаций легко подпадают под критерии признания их банкротами [1, с. 17].

Для осуществления задач несостоятельности органы государственной власти формируют специальные структуры, которые занимаются вопросами воздействия на организации, находящиеся в предбанкротном состоянии.

К несостоятельному в финансовом отношении хозяйствующему субъекту применяются такие меры воздействия, как введение внешнего наблюдения и управления, введение конкурсного производства, мировое соглашение, реорганизация, ликвидация организации. Таким образом, несостоятельность (банкротство) – это не уничтожающая, а организующая мера, направленная на восстановление нормальной работы хозяйствующего субъекта. Материально-производственные ресурсы и структуры управления, которые не могут экономически эффективно использоваться, должны быть ликвидированы [4, с. 52].

Несостоятельность предприятия, как любой иной экономико-правовой институт, целесообразно анализировать как метод достижения поставленных целей экономической политики государства.

Экономическое назначение института несостоятельности состоит в том, что он служит конструкцией установления более эффективного механизма управления производственно-финансовыми ресурсами на уровне хозяйствующих субъектов страны.

В настоящее время антикризисное управление в России имеет потребность в управляющих, которые имеют особую подготовку и определенный подбор личностных характеристик.

Такие специалисты на сегодняшний день получили название арбитражного менеджера. Их готовят для работы в чрезвычайных условиях кризиса, банкротства и реорганизации организации.

Для обучения таких специалистов необходимы инновации и эффективные организации учебного процесса. Для этого необходимы хорошие знания в области права, психологии, естественных наук, экономики, а также изучение приемов поведения в чрезвычайных ситуациях. В антикризисном управлении наличие таких специалистов является важным фактором. Но при этом любой управляющий должен уметь вести себя правильно в критических ситуациях.

Чем сложнее управление, тем важнее становится способность управляющего предсказать и предполагать возможность кризиса, готовность к его преодолению.

#### Литература

1. Блащенко, Б.О. Инвестиционные стратегии в системе устойчивого развития промышленных предприятий / Б.О. Блащенко, М.А. Шаталов // Научные дискуссии. 2015. Т. 8. С. 51–58.
2. Болдырев, В.Н. Анализ финансовой устойчивости коммерческой организации: современные подходы и их оценка / В.Н. Болдырев, О.В. Кудряшова, М.А. Шаталов. – Воронеж, 2016. – 63 с.
3. Зарубежный опыт антикризисного управления [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://coolreferat.com>
4. Овсянников, С.В. Общие принципы и процедуры формирования антикризисной программы промышленного предприятия / С.В. Овсянников, М.А. Шаталов // Территория науки. 2014. № 14. С. 52.
5. Проблемы использования антикризисного управления в России [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.bestreferat.ru/archives/20/bestref-125920.zip>

# СЕКЦИЯ «СОВРЕМЕННОЕ ЭКОНОМИЧЕСКОЕ ОБРАЗОВАНИЕ И ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ»

УДК 378

*Д.А. Адамчик, студент*

*О.И. Ковтун, канд. ист. наук, ст. преподаватель*

*г. Новосибирск, Новосибирский государственный университет экономики и управления (НИНХ)*

## ВЛИЯНИЕ БОЛОНСКОГО ПРОЦЕССА НА АКАДЕМИЧЕСКУЮ МОБИЛЬНОСТЬ СТУДЕНТОВ В РОССИЙСКИХ ВУЗАХ

Проблема модернизации высшего образования приобрела особую актуальность для мира в конце XX – начале XXI века. Российское высшее образование также не осталось в стороне от обще-европейских стандартов.

После подписания Россией Болонской декларации у университетов возникла возможность для создания образовательных программ, ориентированных на мировой рынок труда и отвечающих европейским стандартам, а также появилась возможность для увеличения академической мобильности студентов и преподавателей.

Академическая мобильность – это обучение, преподавание, проведение исследований за рубежом, после которого учащийся, преподаватель или исследователь возвращается в свое основное учебное или научное заведение. Она может реализовываться через специальные программы обменов в рамках правительственных соглашений, соглашений между вузами или ассоциациями вузов, а также индивидуально учащимися/преподавателями /исследователями с вузами или научными организациями. Отметим, что академическая мобильность может быть *входящей* – приезд иностранных преподавателей, исследователей, учащихся в страну или *исходящей* – выезд преподавателей, исследователей, учащихся за рубеж. Помимо физической мобильности выделяют институциональную мобильность (создание филиалов учебных заведений в других странах, трансграничных кампусов) и мобильность программ (реализация учебными заведениями совместных образовательных программ, программ двойных дипломов) [2, с. 2]. В данной статье особое внимание уделим исходящей мобильности программ.

Начало процедуре интеграции высшего образования было положено в Сорбонне в мае 1998 года. В декларации по гармонизации европейской системы высшего образования, принятой министрами образования Франции, Германии, Италии и Великобритании, предлагалось создать открытое европейское пространство, основывающееся на тесном сотрудничестве, устранении барьеров для академической мобильности студентов и преподавателей. Спустя год, в июне 1999 года, в Болонье была подписана декларация о европейском регионе высшего образования [6].

Основные задачи и цели Болонского процесса:

1 Создание системы сопоставимых и чётких степеней обучения, которые обеспечат совместимость любого участника Болонского процесса.

2 Переход на двухуровневую систему подготовки: бакалавр и магистр с квалификацией, которая соответствует требованиям рынка труда для специалистов с высшим образованием.

3 Введение системы кредитов для установления и сопоставления уровня подготовки студентов и поддержки их крупномасштабной мобильности (академический кредит представляет собой универсальную единицу, с помощью которой измеряется трудоёмкость изучения предмета, это мера вложенного в освоение знаний труда, за которые учащийся отчитался).

4 Развитие мобильности студентов, преподавателей и управленческого персонала высших учебных заведений для их перемещения между европейскими университетами, в которых будут поддерживаться полученные кредиты и признаваться степени.

5 Сотрудничество учебных заведений, создание общих учебных программ, присвоение совместных степеней, проведение исследований. Этот пункт особенно важен для оценки степени профессионализма преподавателя – исследователя в конкретной сфере, поскольку обеспечивает включенность во внешние сети академического и профессионального взаимодействия [1, с. 68].

6 Улучшение европейского сотрудничества в области обеспечения качества высшего образования для укрепления однородности академических уровней [3; 6].

Присоединение России в сентябре 2003 года к Болонскому процессу явилось важным шагом на пути объединения высших учебных заведений России с европейской системой высшего образования.

Следует сделать акцент на том, что в число уникальных факторов российского высшего образования входит большая площадь страны. Из-за этого фактора, университеты Сибири и Дальнего Востока находятся на достаточно большом расстоянии от наиболее крупных и популярных ВУЗов страны.

Это тезис проиллюстрируем сравнением мобильности студентов трёх российских ВУЗов: Новосибирского государственного университета (НГУ), Новосибирского государственного университета экономики и управления (НГУЭУ) и Санкт-Петербургского государственного университета (СПбГУ).

Для студентов НГУ предоставляются международные образовательные программы в следующих странах: Япония, Корея, Китай, Франция, Германия, Нидерланды. Условия участия варьируются в зависимости от страны. В число основных требований практически всех стран входит: отличная успеваемость и владение английским языком на высоком уровне, а также соответствие направлений обучения.

Кроме всего прочего, оговаривается, что принять участие в программе можно только после получения согласия декана факультета и научного руководителя. В некоторых странах есть возможность получения стипендии на конкурсной основе. При этом, студентам предоставляется возможность жить в общежитии (как на платной, так и на бесплатной основе). Владение национальным языком страны требуется только для студентов, обучающихся по обмену в Германии. А для участия в образовательной программе Нидерландов принимаются только выпускники бакалавриата или магистратуры [8].

Рассмотрим мобильность студентов Новосибирского государственного университета экономики и управления. В рамках студенческого обмена студенты НГУЭУ могут освоить часть образовательной программы или пройти языковую стажировку в зарубежном ВУЗе-партнере. На выбор предлагаются Китай, Южная Корея, Германия, ЮАР, США, Индия. Отметим, что в Китае можно пройти только языковую стажировку (курсы китайского языка). Помимо этого, предоставляется возможность поучаствовать в обменных программах Министерства образования и науки Российской Федерации.

Общие условия обменных программ НГУЭУ:

- уровень знания языка (национального или английского) участником программы должен быть не ниже B1/B2 по европейской шкале (Intermediate);
- направление обучения в принимающем вузе должно соответствовать направлению подготовки студента в НГУЭУ;
- в основном, в рамках обменных программ обучение в принимающем ВУЗе осуществляется бесплатно, при этом обучение в НГУЭУ оплачивается в полном объеме. Затраты на проезд, проживание, питание, оформление визы и прочих документов оплачиваются студентом самостоятельно [11].

Теперь затронем возможности, предоставляемые студентам Санкт-Петербургского государственного университета. У студентов СПбГУ значительно больше возможностей для прохождения обучения за границей. Партнерами СПбГУ являются 350 вузов из 60 стран мира, среди которых высшие учебные заведения Европы, Америки и Азии. В семестр на каждую специальность ВУЗа выделяется по три-четыре места, на которые относительно легко попасть, имея средний балл не менее четырёх и хороший уровень знания английского языка. Здесь нужно подчеркнуть, что особо отличившимся студентам предоставляется также стипендия и место проживания, что значительно снижает личные расходы студента.

Университет содействует обмену не только студентами, но и профессорско-преподавательскими и научными кадрами, а также участвует в международных научно-образовательных программах и выставках. В СПбГУ реализуются более десятка совместных образовательных программ, отметим важность того, что по пятнадцати программам обучение полностью или частично ведется на английском языке.

Из изложенного выше очевидно, что мобильность студентов, обучающихся в ВУЗе, находящимся не в европейской части России заметно ниже, нежели студентов, проходящих обучение в более крупных и популярных ВУЗах России. Но несмотря на географическую отдалённость, Новосибирский государственный университет имеет достаточно высокий рейтинг среди высших учебных заведений России и Европы. А у студентов НГУ есть достаточно большой выбор стран для прохождения обучения по обмену.

Если соединить научный и образовательный потенциал Сибири и Дальнего Востока с потенциалами западных и южных регионов России, можно создать мощную образовательную и научно-исследовательскую базы, которые обеспечат выход российских ВУЗов на ведущие позиции мирового рынка образовательных услуг.

Не следует забывать, что территориальная удаленность Сибири от интеллектуальных центров Европы и России при организации академического обмена студентами требует больших материальных затрат. При этом, если решать данный вопрос за счёт студентов и не давать возможностей на бесплатное или льготное участие в обмене, велика вероятность того, что только обеспеченные студенты смогут получать более качественное и конвертируемое образование, а у умных и способных студентов из малообеспеченных семей не будет возможности быть мобильными [7].

Но несмотря на успешное участие в интеграционных процессах, России необходимо предпринять дополнительные усилия по активизации академической мобильности, ориентируясь на международные тенденции интернационализации образования. Согласно данным ОЭСР, в настоящее время, доля иностранных студентов в России составляет 3,9% от общего количества студентов, в то время как в США этот показатель достигает 16,6%, в Великобритании – 13%, Австралии – 6,6% [4]. Обучаются за рубежом лишь 0,8% российских студентов, тогда как в европейских странах, таких как Австрия, Эстония, Германия, этот показатель составляет от 5 до 7% [12].

Вступление России во Всемирную торговую организацию (ВТО) и планируемое вступление в Организацию экономического сотрудничества и развития (ОЭСР) обуславливают важность и приоритетность роста усилий по повышению конкурентоспособности российского образования в условиях открытой международной среды.

Рассмотрим достоинства и недостатки подписания Россией Болонской декларации.

*Достоинства:*

- Во-первых, это повышение качества российского образования за счет внедрения в образовательный процесс современных образовательных технологий и инноваций;
- Во-вторых, повышение мобильности студентов и преподавателей вузов и расширение возможностей педагогов и выпускников российских вузов работать в странах Европы;
- В-третьих, увеличение возможности экспорта своих образовательных услуг.

*Недостатки:*

- Уменьшение срока обучения (а, в результате, и снижение уровня образования) за счет введения двухуровневой системы (бакалавриата и магистратуры);
- Нежелание ряда узкоспециальных высших учебных заведений переходить на двухступенчатую систему обучения;
- Несоответствие календарных планов обучения в различных странах;
- Наличие конвертируемого диплома у выпускников российских ВУЗов может привести к значительному оттоку из России инженеров, врачей, учителей. Акцентируем внимание на том, что основные причины «утечки умов» из России не в Болонском процессе. Учёные и педагоги хотят работать в хороших условиях, иметь перспективы и высокий уровень заработной платы.

Примером может служить заработная плата учёных. В России она ниже среднего заработка (от \$400 до 900), в то время как в США заработная плата учёного превышает средний заработок по стране в полтора раза (молодой научный специалист без опыта работы получает от \$3000 до 5000) [3]. Кроме того, за границей нашим учёным и профессорам предлагается разумная преподавательская нагрузка, хорошие условия работы и качественное материально-техническое обеспечение. Среди прочего можно назвать лучшие возможности для карьерного роста учёных, в том числе и российских, за рубежом, а также наличие широкой научной среды, которая открыта для сотрудничества.

Для реализации целей и задач Болонского процесса очень важно качественное международное сотрудничество университетов. Чтобы объединение университетов не вызывало проблем в дальнейшем, важно изначально договориться о взаимном признании дипломов и кредитов, разработать совместные программы, а также продумать различные совместные исследования. Кроме того, не стоит забывать, что календарные планы обучения в разных странах на деле различаются. С этой проблемой стоит бороться, ведь она может повлиять на заинтересованность студентов. Вследствие не стыковки учебных планов на семестр студент может быть вынужден недоучиться часть семестра в своей стране, а затем, по возвращении, пропустить часть другого семестра.

Болонский процесс выступил своеобразным средством повышения привлекательности и конкурентоспособности ВУЗов России в мировом масштабе и возможностью использовать ценнейший национальный ресурс – человеческий потенциал. Следует отметить, что развитие академической мо-



бельности выступает одним из необходимых условий для повышения качества российской системы образования и, как следствие, продвижения экспорта образовательных услуг российских вузов.

#### Литература

1. Иваненко М.А., Ковтун О.И. Проблемы качества образования как форма проявления оппортунистического поведения преподавателей высшей школы // Проблемы экономической науки и практики: сб. научных трудов / под ред. С.А. Филатова; Новосиб. гос. ун-т экономики и управления. – Вып. 2. – Новосибирск: НГУЭУ, 2016. – С. 61–70.
2. Концепция развития академической мобильности в Российской Федерации – 2013.
3. Либин И.Я., Сера Васкес М., Олейник Т.Л. Болонский процесс. Перспективы для России [Электронный ресурс] // Международный журнал экспериментального образования. – 2012. № 9. URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/bolonskiy-protsess-perspektivy-dlya-rossii-1>
4. Новикова В.М. Проблемы и перспективы российского высшего образования [Электронный ресурс] // Вестник МГИМО Университета. – 2012. № 6. URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/problem-y-i-perspektivy-rossiyskogo-vysshego-obrazovaniya>
5. Плакий С.И. Болонский процесс в России: плюсы и минусы [Электронный ресурс] // Знание. Понимание. Умение. – 2012. № 1. URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/bolonskiy-protsess-v-rossii-plyusy-i-minusy>
6. Тимошенко А.Г., Логотова Н.Б. Болонский процесс. Основные задачи и действия по их реализации [Электронный ресурс] // Вестник Томского государственного университета. – 2005. № 289. URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/bolonskiy-protsess-osnovnye-zadachi-i-deystviya-po-ih-realizatsii>
7. Фролов С.Ю. Тенденции реформирования российского высшего образования на региональном уровне: проблемы и перспективы [Электронный ресурс] // Вестник Челябинского государственного университета. – 2014. № 24(353). URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/tendentsii-reformirovaniya-rossiyskogo-vysshego-obrazovaniya-na-regionalnom-urovne-problemy-i-perspektivy>
8. Сайт Новосибирского государственного университета. URL: [http://www.nsu.ru/university/oms/mobil\\_nost](http://www.nsu.ru/university/oms/mobil_nost)
9. Сайт Санкт-Петербургского государственного университета. URL: <http://ifea.spbu.ru>
10. Сайт Санкт-Петербургского государственного университета, приёмная комиссия. URL: <http://abiturient.spbu.ru>
11. Сайт Новосибирского государственного университета экономики и управления (НИНХ). URL: <http://nsuem.ru/international/student-exchange>
12. OECD. Education at a Glance 2012 [Электронный ресурс]. URL: [https://www.oecd.org/edu/EAG%202012\\_e-book\\_EN\\_200912.pdf](https://www.oecd.org/edu/EAG%202012_e-book_EN_200912.pdf)

УДК 330.322

**А.А. Алексейцева, магистрант**

*Научный руководитель: Ю.А. Аникина, канд. экон. наук*

*г. Красноярск, Красноярский государственный педагогический университет им. В.П. Астафьева*

## ФАКТОРЫ ИННОВАЦИОННОГО КЛИМАТА ПО ПРИВЛЕЧЕНИЮ НАУКОЕМКИХ ТЕХНОЛОГИЙ В РАЙОНЫ НОВОГО ОСВОЕНИЯ

В современных условиях основное звено инновационной активности и технологической модернизации экономики составляют предприятия, которые в наибольшей степени имеют интерес в достижении определенных конкурентных преимуществ. Е.Г. Капреева отмечает, что конкурентные преимущества, лидерство и успех предприятий всё в большей степени являются результатом эффективного использования новых товаров, технологий и управленческих решений. Владея новой интеллектуальной собственностью, предприятия прежде всего получают новые конкурентные преимущества [1].

Понятие «регион нового освоения» имело свои основания еще в советский период в связи с потребностью в индустриальном освоении страны. Современный этап освоения можно обозначить как научно-технологический, предусматривающий изменение хозяйственного механизма с помощью преобразования способа производства на основе инноваций, что приводит к исследованию регионов нового освоения в ином контексте [2].

Можно сказать, что районы нового освоения представляют собой особый тип регионов, отличительной чертой которых выступает внедрение современных форм и методов хозяйственной деятельности, в результате которых формируется целостное пространственное образование, основанное на взаимодействии природно-географических, экономических, социальных, этнических, демографических и иных процессов.

Д.Б. Рыгалин пишет, что для развития инновационной деятельности в районах нового освоения необходим ряд следующих условий:

- действующие источники научных разработок;

- система подготовки кадров для науки и инновационной деятельности;
- инфраструктурная поддержка инновационной деятельности [3].

Уровень развития каждой из этих составляющих и определяет инновационный климат районов нового освоения. Производственные источники в совокупности с организационно-технологическими условиями лежат в основании особого типа пространственных образований, а именно, «региона нового освоения». Как отмечает В.В. Кистанов, единство региону придаёт его материально-производственная основа – хозяйственный (производственный) комплекс, который представляет собой целенаправленно складывающееся динамичное и устойчивое региональное или локальное (компактное) сочетание предприятий и отраслей хозяйства, объединяемых также разветвлёнными и тесными внутренними связями [4, с. 21].

Вместе с тем в российской экономике сформировался ряд негативных тенденций, связанных с инновационными процессами на предприятии, обозначенные П.Ф. Друкер:

- инертность персонала организаций;
- тотальная инновационная невосприимчивость;
- резервный дефицит наукоемких технологий и утечка отечественных технологий за рубеж;
- инвестиционная привлекательность ресурсов в краткосрочные, низкорискованные инвестиционные проекты в традиционных секторах экономики [5].

Следует предположить, что первым необходимым условием для развития инновационной деятельности является наличие постоянно действующего источника научных разработок. Таковым источником является наличие в ней развитой сети научных организаций. По уровню развития научно – технического потенциала Красноярский край занимает второе место среди регионов Сибирского федерального округа. Статистические данные по показателям научно-технического потенциала представлены в Табл. 1, 2.

Таблица 1

**Число организаций, выполнявших исследования и разработки**

Наименование	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
<b>Число организаций – всего</b>	<b>3622</b>	<b>3957</b>	<b>3666</b>	<b>3536</b>	<b>3492</b>	<b>3682</b>	<b>3566</b>	<b>3605</b>	<b>3604</b>
в том числе:									
научно-исследовательские организации	2049	2036	1926	1878	840	782	744	719	689
конструкторские бюро	482	497	418	377	362	364	338	331	317
проектные и проектно-изыскательские организации	58	49	42	36	36	38	33	33	32
опытные заводы	49	60	58	57	47	49	60	53	53
образовательные учреждения высшего образования	417	500	503	506	517	581	560	671	702
организации промышленности, имевшие научно-исследовательские, проектно-конструкторские подразделения	255	265	239	228	238	280	274	266	275
прочие	312	550	480	454	452	588	557	532	536

Таблица 2

**Численность персонала, занятого исследованиями и разработками, тыс. человек**

Наименование	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
<b>Численность персонала – всего</b>	<b>807</b>	<b>801</b>	<b>761</b>	<b>742</b>	<b>737</b>	<b>735</b>	<b>726</b>	<b>727</b>	<b>732</b>
в том числе:	0	0	0	0	0	0	0	0	0
исследователи	389	393	376	369	369	375	373	369	374
техники	66	65	60	60	59	62	59	61	63
вспомогательный персонал	214	208	195	187	184	178	176	175	174
прочий персонал	139	136	130	126	125	120	119	121	122

Следует заметить, что число организаций, выполнявших исследования и разработки, ежегодно наряду с численностью персонала, занятого исследованиями и разработками, имеет тенденцию к сокращению. Сложно определенно сказать, в чем состоят причины, обуславливающие данные структурные изменения. С одной стороны, они могут быть вызваны специализацией того или иного региона, спецификой природно-климатических, социальных, национальных особенностей народнохозяйственной деятельности.

Основой и фундаментом инновационного роста России являются регионы как точки роста, связанные с возможностью ускорения инновационного развития именно на региональном уровне. Разви-

тие районов нового освоения особенно важно с учетом стратегической роли этих территорий для экономической и внешней безопасности страны, а также для промышленного развития, который связан прежде всего с освоением природно-ресурсного потенциала.

Таблица 3

**Выдача патентов и охранных документов на изобретения и полезные модели**

Наименование	2011		2012		2013		2014	
	на изобретения	на полезные модели	на изобретения	на полезные модели	на изобретения	на полезные модели	на изобретения	на полезные модели
<b>Российская Федерация</b>	<b>20 339</b>	<b>10 571</b>	<b>22 481</b>	<b>11 152</b>	<b>21 378</b>	<b>12 154</b>	<b>23 065</b>	<b>12 267</b>
Центральный федеральный округ	10 988	4 458	11 178	4 594	11 074	5 197	12 581	4 894
Северо-Западный федеральный округ	1 653	1 087	1 854	1 289	1 680	1 327	1 669	1 382
Южный федеральный округ	1 310	590	1 336	618	1 154	692	1 267	655
Северо-Кавказский федеральный округ	393	123	994	124	581	179	742	188
Приволжский федеральный округ	2 954	2 224	3 532	2 415	3 463	2 553	3 406	2 876
Уральский федеральный округ	803	894	1 046	948	1 006	986	1 010	981
Сибирский федеральный округ	1 861	1 018	2 078	925	1 962	975	1 906	1 047
Дальневосточный федеральный округ	377	177	463	239	454	245	482	238
Крымский федеральный округ							2	6

Кроме того, в настоящее время в Российской Федерации насчитывается более 700 отраслевых научно-исследовательских институтов. После распада Советского союза и разрушения установленных связей с промышленностью НИИ лишились достаточного финансирования и начали вести бизнес самостоятельно. При этом большинство из них оказались приватизированы далекими от науки людьми и прекратили свое существование как субъекты отраслевой науки. Несмотря на существенные трудности постперестроечного периода удалось сохранить достаточный научный потенциал отраслевых институтов, который можно рассматривать как один из основных элементов технологических платформ.

Вторым необходимым условием для развития инновационной деятельности является наличие системы профессионального образования, способной обеспечить высокую квалификацию научных и управленческих кадров. Говоря о перспективах и возможных сценариях развития, безусловно, необходимо говорить о трудовых ресурсах, о качестве трудовых ресурсов, о тех специалистах, которые работают и будут работать, поскольку это является одним из важнейших условий развития районов нового освоения (табл. 4).

Таблица 4

**Образовательные организации высшего образования**

Годы	Число образовательных организаций	В них студентов – всего, тыс.человек	в том числе обучавшихся на отделениях				На 10 000 человек населения приходилось студентов)
			очных	очно-заочных	заочных	экстернат*	
	Все образовательные организации высшего образования						
1995/96	762	2 791	1 753	175	856	8	188
2000/01	965	4 741	2 625	302	1 762	52	324
2005/06	1 068	7 065	3 508	371	3 032	153	493
2006/07	1 090	7 310	3 582	372	3 196	160	512
2007/08	1 108	7 461	3 571	353	3 368	169	523
2008/09	1 134	7 513	3 457	344	3 541	172	526
2009/10	1 114	7 419	3 280	324	3 639	176	519
2010/11	1 115	7 050	3 074	305	3 557	114	493
2011/12	1 080	6 490	2 848	263	3 290	89	454
2012/13	1 046	6 074	2 721	230	3 053	70	424
2013/14	969	5 647	2 619	189	2 784	55	393
2014/15	950	5 209	2 575	159	2 476		

В современных условиях развитие экономики должно осуществляться не экстенсивным, а интенсивным путем. В основном не вследствие увеличения численности занятых данных, а в результате повышения производительности труда за счет использования новейших технологий, оборудования, высококвалифицированной рабочей силы. При таком сценарии развития обеспеченность экономики рабочей силой, отвечающей современным требованиям, становится ключевым фактором реализации программы социально-экономического развития.

В последние годы происходит изменение в подходах к системе профессионального образования. Одно из главных направлений в развитии и реформировании профессионального образования – плотное взаимодействие с бизнесом. Увеличены расходы на материально-техническую базу учреждений начального и среднего профессионального образования. Одним из ключевых факторов, влияющих на развитие системы начального и среднего профессионального образования, стал спрос рынка труда на выпускаемых работников.

В.Б. Крымов в качестве одной из основных проблем в экономике России в целом выделяет отсутствие эффективной связи науки с производством и действенных механизмов доведения научно-технологической продукции до уровня товара. А как известно, наиболее эффективной моделью взаимодействия науки, образования и производства, связующим звеном между разработчиком и потребителем инновации, между научной идеей и её практическим воплощением, является инновационная инфраструктура как система взаимосвязанных и взаимодействующих организаций различной направленности и различных организационно-правовых форм, а также порядок их взаимодействия, которые обеспечивают реализацию этапов инновационного процесса, начиная с технологического освоения законченной научной разработки [6]. Действительно, инновационная инфраструктура является одним из основных элементов национальной инновационной системы. Последняя включает в себя совокупность правовых, финансовых, социально-экономических и информационных институтов, характерных для данного государства и оказывающих влияние на условия протекания инновационных процессов.

В.В. Иванов сообщает, что в настоящее время опережающее целевое и качественное развитие инновационной инфраструктуры является весьма перспективным и дающим высокий социально-экономический эффект, если ставить целью рост благосостояния населения региона и стремиться к ускоренному его развитию [7]. Можно сказать, что в настоящее время в районах нового освоения отсутствует сформированная инновационная инфраструктура. Поэтому создание инновационной инфраструктуры, обеспечивающей высокую эффективность реализации инновационных проектов, является важнейшей проблемой, требующей оперативного решения. Таким образом, от уровня развития инновационной инфраструктуры, от качества её функционирования будет зависеть не только скорость осуществления инновационных преобразований в экономике, их стоимость и результативность, но и возможность реализации любого инновационного проекта.

В связи с этим представляется маловероятным развитие в рамках районов нового освоения производственно – технологической составляющей инновационной инфраструктуры, таких как инновационно-технологические центры, инновационно-промышленные комплексы, технопарки и т.д. Повышение инновационной активности районов нового освоения – это не только и не столько привлечение капитала в конкретные НИИ и лаборатории, сколько создание и развитие необходимой инфраструктуры.

По мнению В.Б. Крымова, необходимо структурно разделять объекты инновационной инфраструктуры согласно территориально – экономических условий районов нового освоения. Для развития экономики районов нового освоения предпочтительно направить основные усилия на создание элементов консалтинговой инфраструктуры, к которым относятся центры трансфера технологий (ЦТТ), информационно-аналитические центры, направленные на построение развитой инфраструктуры поддержки инновационной деятельности и быстрой передачи полученных результатов научных исследований, обладающих коммерческим потенциалом, в предпринимательский сектор районов нового освоения для производства и вывода на рынок новых наукоемких товаров и услуг [8]. Это позволит преодолеть проблемы территориального разобщения стадий инновационного цикла в рамках технологических платформ. Развитие производственно – технологической составляющей инновационной инфраструктуры необходимо осуществлять на территории с развитым научно – технологическим потенциалом и при надлежащих социально – экономических условиях.

В свое время связующим звеном между промышленностью и наукой были отраслевые научно-исследовательские институты. А на сегодняшний день большая часть их если и не прекратили свое существование, то значительно ослаблены. Но если говорить о серьезных инновациях, то здесь, как правило, соединяются интересы Академии наук, отраслевых НИИ, вузов и крупных субъектов реаль-

ного сектора экономики. В России лидирующая роль в развитии инновационной деятельности принадлежит высшей школе, имеющей многолетний опыт сотрудничества с промышленностью, а также широкую сеть отраслевых лабораторий. Важным социальным аспектом инновационной деятельности является кадровый потенциал, который в значительной мере сохранен в вузах.

Е.В. Сумина, Ю.А. Аникина, проанализировав инфраструктурную поддержку инновационной деятельности, свидетельствуют о том, что существуют проблемы территориального разобщения стадий инновационного цикла в рамках элементов технологической платформы. Несмотря на то, что в населенных районах существует достаточно развитая инновационная инфраструктура и научно – технологический потенциал, у районов нового освоения практически полностью отсутствует инновационная инфраструктура. Однако существует достаточный потенциал для создания научно – отраслевых и инновационных кластеров, охватывающих районы нового освоения. Данный фактор расценивается как фактор, препятствующий привлечению наукоемких технологий в районы нового освоения [9].

Таким образом, несмотря на все трудности переходного периода, Российская федерация продолжает сохранять достаточно высокий научно – технический потенциал. На основе приведенных данных можно сделать вывод о наличии существенного потенциала для самостоятельного производства научных разработок, что указывает на наличие достаточного инновационного потенциала, необходимого для развития инновационной деятельности и привлечения технологических инноваций в районы нового освоения. Однако на основании проведенного анализа факторов инновационного климата видно, что в настоящий момент неразвитость инновационной инфраструктуры выступает как фактор, препятствующий привлечению инновационных технологий в районы нового освоения и необходима разработка комплекса мер, направленных на устранение недостатков, связанных с инфраструктурной поддержкой инновационной деятельности районов нового освоения.

#### Литература

1. Капреева, Е.Г. Инновационный потенциал как основа развития региональных инновационных систем // Инновационная деятельность. 2009. – № 1. – С. 74–78.
2. Антоненко, И.В. Инновационные аспекты трансформации инвестиционного поведения российских предприятий // Известия ВолгГТУ, 2007. – № 2. С. 133–136.
3. Рыгалин, Д.Б. Высокотехнологичные кластеры в России: комплекс мер по развитию инновационного потенциала региональных межотраслевых комплексов // Инновации. – 2005. – № 4. – С. 26–33.
4. Кистанов В.В. Объединение регионов России (преимущества для управления и предпринимательства). К реформе территориального устройства / В.В. Кистанов. – М.: ЗАО «Издательство «Экономика», 2007.
5. Друкер, П.Ф. Бизнес и инновации / пер. с англ. – М.: ООО «И.Д. Вильямс», 2007. – 432 с.
6. Крымов, В.Б. Региональная инновационная система // Инновации. – 2010. – № 5. – С. 26–33.
7. Иванов, В.В. Инновационное развитие территорий с низким научно-техническим потенциалом / В.В. Иванов, О.А. Кошарева // Инновации. – 2008. – № 9. – С. 32–41.
8. Крымов, В.Б. Региональная инновационная система // Инновации. – 2010. – № 5. – С. 26–33.
9. Сумина Е.В., Аникина Ю.А. Инновационное развитие и точки экономического роста региона сырьевой направленности: монография. – Красноярск, 2017.

УДК 33.13

**Т.П. Антонова, студент**

*Научный руководитель: У.С. Борисова, д-р социол. наук, профессор  
г. Якутск, Финансово-экономический институт Северо-Восточного федерального  
университета им. М.К. Аммосова*

## МОТИВЫ ВЫБОРА ПРОФЕССИИ СТУДЕНТА

Проблема выбора профессии была и будет в плане становления человека как полноценной части общества. Ведь неправильность выбора профессии приводит к тому, что многие бывают недовольны, и выбранная ими профессия, как оказалась, была лишь тратой времени.

Актуальность исследования заключается в том, что выбор профессии – важный и ответственный шаг в жизни каждого человека. В настоящее время есть сотни вузов и специальностей, в которых можно обучиться и получить навыки будущей профессии.

Для этого необходимо выяснить, на какие критерии и показатели ориентировались студенты Финансово-экономического института Северо-Восточного федерального университета им. М.К. Аммосова (СВФУ).

Значительная часть студентов выбирают специальность менее осознанно, зная и желая эту или ту профессию. В данной ситуации возникают ряд вопросов, что является мотивом выбора высшего образования? Какими мотивами руководствовались студенты при поступлении в университет и в выборе профессии? [1, с. 423].

В учебном социологическом исследовании используется многоступенчатая выборка. Учебное социологическое исследование проводилось в январе 2016 г. в корпусе гуманитарных факультетов (КГФ). В ходе анкетирования было опрошено 55 студентов 3 курса обучения Финансово-экономического института СВФУ им. М.К. Аммосова. Анкета, использованная для исследования, расположена по электронному адресу: [www.twirpx.com/file/456812](http://www.twirpx.com/file/456812) [2].

Из них 38 девушек и 17 юношей, что составляет 69% девушки и 31% юноши. Студенты, участвующие в опросе, представляли 4 специальности нашего института: это финансовый менеджмент (ФМ), финансы и кредит (ФК), управление персоналом (УП), налоги и налогообложение (НН).

Таблица 1

**Распределение студентов по группам**

Группа	Число студентов	Число студентов в%
НН	12	21,8
УП	14	25,5
ФК	19	34,5
ФМ	10	18,2
<b>Всего:</b>	<b>55</b>	<b>100</b>

Большинство студентов выделяют три главные компоненты выбора высшего образования: высшее образование как повышение интеллектуального уровня образования (40%), как залог материального благополучия (29%) и как повышение социального статуса человека (17%).

Таким образом, студенты экономического института связывают свои успехи в жизни с получением высшего образования, и что наличие высшего образования у человека гарантирует успех в дальнейшей жизни.

По сравнению с выбором Вуза и специальности, больше половины респондентов (64%) изначально планировали поступать в этом университете, в котором сейчас обучаются, а по результатам выбора специальности видно, что 49%, то есть почти половина, выбрали ту специальность по которой хотели бы учиться и работать, а другая половина хотели бы на другую специальность.

Причинами могли послужить баллы ЕГЭ, так как сравнительно одинаковая часть студентов выбрали, что их баллы могли бы быть лучше и выше, если бы были не ЕГЭ, а вступительные экзамены.

К основным критериям выбора Вуза и специальности были основаны на престижность и востребованность Вуза и специальности (46%), интересность выбранной профессии (14%), также повлияли близкое окружение студентов, это родители, друзья и знакомые (36%). Так как большинство респондентов подтвердили свой выбор нашего университета для обучения, можно сделать вывод, что студенты поступали в СВФУ осознанно и с высокой степенью информированности о вузе. Проведенное исследование показало также, что 49% студенты поступили на ту специальность, по которой хотели учиться, 51% из них планировали поступать на другую специальность.

Рассмотрим критерии выбора специальности отдельно по группам:



**Рис. 1. Критерии выбора специальности отдельно по группам**

Таким образом, наибольшее количество студентов, планировавших поступить в своей специальности, виден в группе «Финансы и кредит». Это говорит о том, что студенты этой группы поступили в этот университет, зная и желая эту специальность, а остальные группы выбрали специальность не осознанно, не зная, что она из себя представляет.

Итак, значительная часть студентов выбирают специальность менее осознанно, не очень зная и желая эту или ту профессию. А хотелось бы наоборот, ведь от выбора профессии зависит вся жизнь человека. Большинство студентов считают, что диплом высшего образования есть залог материального благополучия, повышение интеллектуального уровня и социального статуса человека. Ключевым моментом при выборе СВФУ, специальности и Вуза в целом послужили совет родных, друзей и знакомых, престижность, востребованность и интересность. Это дало нам право знать, чем руководствовались студенты при поступлении в университет.

#### Литература

1. Попова Е.С. Мотивация и выбор в образовательных стратегиях молодежи // Россия реформирующаяся. Вып. 13: Ежегодник / отв. ред. М.К. Горшков. – Москва: Новый хронограф, 2015. – С. 421–438.
2. Анкета, использованная для исследования [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.twirpx.com/file/456812>
3. Мое образование [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://moeobrazovanie.ru/vybor\\_professii\\_seicha](http://moeobrazovanie.ru/vybor_professii_seicha)

УДК 373.61

*А.А. Архипова, студент*

*С.Ю. Гасникова, канд. культурологии, доцент*

*г. Нижневартовск, Нижневартовский государственный университет*

## ПРОФИЛЬНОЕ ОБУЧЕНИЕ КАК ОСНОВА ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОПРЕДЕЛЕНИЯ

Перед обучающимися старших классов в последнее время остро стоит проблема выбора будущей профессии. Решению данной проблемы должны содействовать вузы, которые идут навстречу пожеланиям учащихся приобрести профильный объём знаний. Образовательный стандарт 2004 года, закрепил профессиональное и предпрофессиональное обучение в школе с целью ориентации на высшее образование. В школах России проводится эксперимент по введению профильного обучения. Подтвержден федеральный базисный учебный план и примерные учебные планы для образовательных организаций, реализующих программы общего образования, в том числе приблизительные учебные планы для разных профилей обучения [10].

Профильное образование дает возможность школьнику ближе познакомиться с предметами, которые являются основой будущей профессии, и понять, действительно ли это то, что ему близко, или стоит изменить свой выбор. Следует признать, что необходимость внедрения в образовательный процесс различных форм профилизации образования есть требование времени и условие успешности освоения основных образовательных программ в ведущих российских вузах.

Для выбора уровня экономической подготовки, следует принимать во внимание возможности и потребности учащихся, их самоопределение согласно будущей профессии. Следовательно, старшеклассники, готовящиеся к экономическим специальностям должны иметь возможность обучаться по углубленным образовательным программам. В свою очередь, данное обучение позволяет учащимся изучать не один, а группу предметов, которые взаимодополняют друг друга.

Таким образом, будучи востребованной жизнью, найденная форма довузовского образования – профильное обучение – играет важную роль в деле подготовки старшеклассников к сдаче ЕГЭ по обязательным и профилирующим предметам и ориентировке их в выбранной ими специальности.

Степень изученности профильного обучения можно просмотреть в работах таких ученых как А.Н. Бровин [1], А.И. Влазнер [2], Д.П. Дугарова [4], Д.Ермаков [5], Л.П. Ашихмина [8] и др. Отдельным вопросам экономического образования посвящены работы таких авторов как И.А. Волковой [7], О.А. Козловой [3], В.С. Петровой [9], А.В. Тагировой [11], Е.Е. Щербика [12] и др.

Отечественный опыт профильного обучения Российская школа накопила немалый. Одна из первых попыток реализации дифференциации обучения в школе относится к 1864 г. Соответствующий указ предусматривал организацию гимназий двух типов: классическая (цель – подготовка в

университет) и реальная (цель – подготовка к практической деятельности и поступлению в специализированные учебные заведения). Специализация учащихся начиналась очень рано – в первом классе, что было со временем признано ошибочным.

В 1918 г. советской властью было принято Положение о единой трудовой школе, среди прочего предусматривающее профилизацию содержания обучения на старшей ступени учебного заведения. Были выделены три направления: гуманитарное, естественно-математическое и техническое. К сожалению, многие задачи, поставленные создателями новой школы, оказались нереализованными. Уже после длительных педагогических экспериментов, не оправдавших возлагаемых на них надежд, было принято решение возвратиться к общеобразовательной школе и классно-урочной системе образования.

В 1958 г. на заседании Академии педагогических наук с докладом о введении фуракции в старших классах средней школы, выступил профессор Н.К. Гончаров, который обозначил недостатки сформировавшейся системы обучения и внес предложения по дифференцированному обучению старшеклассников. Планировалось формирование следующих четырех отделений: физико-технического, химико-технического, естественно-агрономического и гуманитарного. Но, к сожалению, план выполнен не был.

В 1966 г. были введены две формы дифференциации содержания образования согласно интересам школьников: факультативные занятия в 8-10-х классах и школы (классы) с углубленным изучением предметов. Факультативные занятия на какое-то время прижились в школе, несмотря на то, что их введение сопровождалось определенными проблемами.

В конце 1980-х – начале 1990-х годов в стране возникли новые виды общеобразовательных учреждений (лицеи, гимназии), направленные на углубленное обучение старшеклассников по выбираемым ими образовательным областям с целью дальнейшего обучения в вузе. Кроме того, почти все года успешно существовали и развивались специализированные художественные, спортивные, музыкальные и другие учебные заведения. Этому процессу способствовал Закон Российской Федерации 1992 года «Об образовании», закрепивший вариативность и многообразие типов и видов образовательных учреждений и образовательных программ.

В итоге, профильное обучение имело место, в процессе всего пути становления образования. И только в 2003 году, Правительство Российской Федерации вынесло «Постановление Правительства Российской Федерации от 9 июня 2003 г. № 334 «О проведении эксперимента по введению профильного обучения учащихся в общеобразовательных учреждениях, реализующих программы программы среднего (полного) общего образования»».

Внедрение профильного обучения в рамках экономических дисциплин, в систему образования, является приоритетным направлением для профессиональной подготовки школьников, как будущих специалистов.

Для рассмотрения понятия «профильное обучение», ученые выделили ряд его определений.

Ю.И. Дик, рассматривал профильное обучение, как особый вид дифференциации и индивидуализации обучения; форму организации учебной деятельности старшеклассников, при которой учитываются их интересы, склонности и способности, создаются условия для максимального развития учащихся в соответствии с их познавательными и профессиональными намерениями [5].

И.С. Якиманская считала в своих трудах, что профильное обучение – это вид дифференцированного обучения учащихся в старших классах. Ученики углубленно изучают один или нескольких предметов, специальных курсов, соответствующих выбранному профилю и обеспечивающих допрофессиональную подготовку с целью выбора будущей сферы деятельности [2].

Е.А. Певцова и И. Унт рассматривают дифференциацию обучения, как процесс, направленный на развитие способностей, интересов школьников, на выявление их творческих возможностей. При этом происходит разделение учебных планов, программ по различным направлениям научного знания и деятельности человека. Ведущей функцией дифференциации обучения является обеспечение каждого ученика максимальными возможными условиями гармоничного развития на основе выбора содержания образования и создания благоприятных условий в социальном окружении [4].

Профильное обучение экономическим дисциплинам рассматривается как всестороннее комплексное средство повышения качества, эффективности и доступности общего образования, которое позволяет учитывать индивидуальность, склонность и профессиональные интересы школьников, за счет изменений содержания, структур, а также организации образовательного процесса. Перед учащимися возникает свобода выбора, что дает возможность выбрать именно ту область, которая будет изучаться школьниками наиболее углубленно.

Профильное обучение – важная составляющая часть системы общего образования в Российской Федерации. Целью профильного обучения является создание условий для получения обучаю-



щимися полноценного образования в соответствии с их индивидуальными интересами и потребностями, самоопределения учащихся в выборе будущей профессии. Профильному обучению предшествует предпрофильное обучение, которое направлено на осознанный выбор обучающимися профиля обучения или продолжения обучения в учреждениях среднего профессионального образования. Процесс предпрофильного (8-9 классы) и профильного обучения (10-11) сопровождается изучением предметов профильной направленности, как правило, это углубленное или расширенное изучение отдельных предметов, изучение элективных курсов. Профиль обучения – комбинация предметов базового и профильного уровней, а также элективных курсов, направленные на расширение содержания образования.

Одной из целей подготовки школьника является формирование его целостного мировоззрения, предоставление ему систематизированных знаний. Обилие учебного материала при ограниченном количестве учебного времени делает невозможным ознакомление учащегося со всеми достижениями науки на достаточно высоком уровне.

Социально-экономическая подготовка школьников, реализуемая в условиях профильного обучения, дает школьнику возможность применить метапредметные навыки, сформированные многократными упражнениями в одних и тех же условиях деятельности [1].

При переходе к профильному обучению преследовались следующие цели:

- обеспечить углубленное изучение отдельных предметов программы полного общего образования;
- создать условия для существенной дифференциации содержания;
- обучения старшеклассников с широкими и гибкими возможностями построения школьниками индивидуальных образовательных программ;
- способствовать установлению равного доступа к полноценному образованию разным категориям обучающихся в соответствии с их способностями, индивидуальными склонностями и потребностями;
- расширить возможности социализации учащихся, обеспечить преемственность между общим и профессиональным образованием, более эффективно подготовить выпускников школы к освоению программ высшего профессионального образования [6].

Одной из главных функций курсов по выбору является профориентационная. Поэтому количество таких курсов должно быть как можно больше, но вводить их необходимо постепенно. Одновременное введение множества разнообразных курсов по выбору, может стать для учащегося большой проблемой. Ученик сам принимает решения, оценивает свои возможности и знания, из этого следует, что большой поток информации приведет к его ложным умозаключениям [4].

Но также стоит отметить, отличия профильного обучения от профориентации, оно состоит в том, что профильное обучение направлено не только на социальный заказ общества, но и также на профессиональные предпочтения школьников, для реализации себя как личности. Следовательно, профильное обучение удовлетворяет запросы двух сторон данного процесса – как обучающихся, так и производственные структуры общества.

Важным компонентом в работе по профилизации обучения является работа с родителями школьников. Выступления на родительских собраниях, на встречах со школьной общественностью по вопросам профориентации, очень часто увлекают самих взрослых, которые уже в домашней обстановке могут предложить своим детям сделать выбор профессии и выбор соответствующего вуза. Также встречи с интересными людьми, успешными в профессии привлекают внимание подрастающего поколения.

Созданные в процессе социально-экономической подготовки школьников элементы информационной культуры являются необходимым условием решения задач профильного обучения: воспитание двух наиболее востребованных в современном обществе качеств личности: готовности к работе и способности принимать решения. Готовность к работе подразумевает наличие у человека способности адаптироваться на рабочем месте, а также решать задачи, поставленные перед ним работодателем. Способность принимать решения состоит в умении логически мыслить, анализировать различные экономические ситуации и прогнозировать возможные положительные и отрицательные последствия выбора той или иной альтернативы.

Можно выделить основные принципы профильного обучения экономическим дисциплинам:

1. Принцип инвариантности и вариативности. В соответствии с данным принципом, формируется содержание в предпрофильных и профильных классах, помимо этого, создаются учебно-методические комплексы, обеспечивающие образовательный процесс, также технологии обучения и учебные программы.

2. Принцип мотивации и стимулирования. Целью данного принципа, является повышение таких качеств школьника как знания, умения и навыки, за счет самовыбора и самопознания того или иного курса.

3. Принцип единства и целостности. Этот принцип оказывает влияние на мотивацию школьников к обучению, дает возможность выявить собственные способности и возможность осуществить аргументированный выбор профиля. Либо переосмыслить ранее установленное решение и внести корректировку в первоначальный замысел.

4. Принцип непрерывности и дискретности. Основа принципа состоит в определенной, взаимосвязанной системе, которая начинается от предпрофильной подготовки учащихся, далее к профильной и наконец, к профессиональному обучению.

5. Принцип интеграции и дифференциации. Данный принцип предполагает, различные подходы к обучению, а именно структура, содержание, методы и формы образовательного процесса, но в тоже время, включая межпредметную связь. Также важна связь с социумом, где учащийся сможет принять на себя социальную роль, познакомиться с учреждениями своего профессионального направления.

6. Принцип адекватности и перспективности. Предусматривает именно ту область профильного обучения, которая соответствует интересам общества и социальному заказу.

Ценность профильного обучения неопределима, поскольку развивает интеллектуальные способности слушателей и их самоуважение к себе, прививает им любовь к кропотливому труду, подвигает их к самостоятельному творчеству, воспитывает интересные личности, которые будут достойно представлять страну в будущем.

Для подготовки учащегося к профильному образованию, необходимо закрепить знания через специально созданный элективный учебный предмет.

Рассмотрим элективные курсы в рамках организации профильного обучения. Их введение должно решить, прежде всего, задачу удовлетворения разнообразных образовательных потребностей старшеклассников. Именно поэтому при выборе темы и содержания экономических дисциплин, необходимо нацелиться на ряд критериев:

1. Элективный курс должен иметь социальную и личностную значимость для обучающихся;
2. Способствовать социализации и адаптации;
3. Помогать в профессиональном самоопределении [1].

Практика показывает, что именно ориентационные курсы вызывают наибольший интерес учащихся. Курсы данного типа предполагают выход за рамки традиционных учебных предметов, они ориентируют обучающихся в мире современных профессий, помогая им в дальнейшей самореализации.

Максимально оправданным для преподавания данных курсов является деятельностно-ценностный подход, который предполагает знакомство со способами деятельности, необходимыми для успешного усвоения того или иного профиля. Любой преподаватель, начинающий знакомство с профильным обучением, должен ознакомиться с нормативно-правовой базой, структурой, целями и задачами дифференцированного обучения, осознать отвечает ли его степень профессиональной компетентности, квалифицированности тем образовательным стандартам, которые представляет система образования. Также преподавание в данном подходе, требует иных методов обучения в образовательном процессе: моделирование будущей профессиональной деятельности; работа в малых группах; ролевые игры; метод проектов; тренинги; самостоятельная работа школьников с различными источниками информации; поисковые и исследовательские методы; лабораторные работы; семинары; междисциплинарная интеграция; личностно-деятельностный подход. Каждый из приведенных методов должен соответствовать содержанию элективных курсов.

Конечным продуктом деятельности учащихся, могут быть различные проекты, творческие и исследовательские работы, сформированные ключевые знания, умения и навыки, которые реализуются школьниками в обществе, классе и при родителях. Формы контроля достижений учащихся должна соответствовать установленным требованиям знаний и овладению умений школьников. Рекомендуется предложить ученику работу, в результате которой у него произойдет личностный рост и рост качеств знаний. Методы и формы обучения должны ориентироваться на индивидуальные возрастные особенности учащихся, участвующие в развитии их личности.

Таким образом, элективные курсы в рамках организации профильного обучения позволяют создавать любому ученику свою индивидуальную образовательную программу, при этом основанной на индивидуальных качествах, интересах, социальной потребности семьи и общества в целом.

Изучение опыта профильной подготовки, предшествующей высшему профессиональному образованию в системе непрерывного образования развитых стран мира, позволило выделить ключевые проблемы и противоречия в организации профильной подготовки в современных условиях.

При рассмотрении профильного подхода в рамках экономических дисциплин, специалисты выделяли следующие положительные аспекты: развитие и формирование профессиональных способностей школьников; повышение уровня мотивации к учебе; осуществление свободы выбора, за счет большого спектра профилей [8].

К отрицательным аспектам профильного обучения экономическим дисциплинам можно отнести сокращение образовательного пространства; дефицит достоверных способов психологической диагностики познавательных, профессиональных интересов и способностей школьников; не проработанность методов мониторинга и коррекции образовательного процесса; малоразвиты психологические службы в школе и др. Помимо этого, разделение обучающихся по профильным классам зачастую происходит по рекомендации родителей, учителя, друзей, одноклассников, по региональным возможностям школы, по остаточному принципу (т.е. где осталось место), а не по профессиональной диагностике, которую проводит образовательное учреждение. Также хотелось бы отметить, что принципиальные вопросы правового характера профильности образования в средних образовательных учебных заведениях решены, однако механизм построения отношений Школа-Вуз требует дальнейшей конкретизации. Спрос на те или иные профессии и специальности во многом опережает образовательные технологии, что не всегда способствует эффективному сотрудничеству школ с профильными вузами.

Для того чтобы программа профильного обучения давала положительные плоды и решала все поставленные перед ней задачи, необходимо изменить подход школьников и их родителей к выбору профессии. На первый план должны выйти индивидуальные способности и интересы ребенка.

Основываясь на всем вышеизложенном, можем сказать, что современная образовательная система уже давно нуждалась в ориентации на ученика и потребностей общества, что и сделал профильный подход, который имеет своей целью помогать при подготовке и выборе будущей специальности, что в будущем спроектируется на профессиональной деятельности, а также служит психологической благоприятной подготовкой к взрослой жизни. Профильное обучение указывает учащемуся на вектор направления его деятельности, создаёт фундамент для его профессионального роста.

#### Литература

1. Бровин А.Н. Некоторые итоги эксперимента по внедрению профильного обучения в общеобразовательных учреждениях / А.Н. Бровин // Молодой ученый. – 2010. – № 3. – С. 269–271.
2. Влазнер А.И. Профильное обучение: варианты решения / А.И. Влазнер. – М.: Профильная школа, 2014. – 132 с.
3. Дмитриева Л.М. Настоящее и будущее профессиональных стандартов: вопросы адаптации к новым реалиям / Л.М. Дмитриева, О.А. Козлова // XX Международная научно-методическая конференция заведующих кафедрами маркетинга, рекламы, связей с общественностью, дизайна и смежных направлений: сборник материалов / Ассоциация Коммуникативных Агентств России. М.: Издательство «Экон-Информ», 2016. – С. 51–57.
4. Дугарова Д.П. Программа «Предпрофильная подготовка» / Д.П. Дугарова // Завуч. – 2013. – № 6. – С. 63–72.
5. Ермаков Д. Профильное обучение: проблемы и перспективы / Д. Ермаков. – М.: Народное образование, 2014. – 86 с.
6. Концепция профильного обучения на старшей ступени общего образования (утверждена приказом Министерства образования РФ от 18.07.2002 № 2783). URL: <http://docs.cntd.ru/document/901837067> (дата обращения: 29.03.2017).
7. Мамедова В.В. Мотивация учащихся к изучению экономических дисциплин / В.В. Мамедова, И.А. Волкова // Материалы XI Международной научно-практической конференции молодых ученых «Зажги свою звезду» / научный ред. С.П. Акутина; Центр научной мысли. – М.: Издательство «Перо», 2016. – С. 88–95.
8. Методика выявления готовности старшеклассников к выбору профиля обучения / авт.–сост. Л.П. Ашихмина, С.О. Кропивянская, О.В. Кузина и др.; под ред. С.Н. Чистяковой. – М., 2013. – 83 с.
9. Петрова В.С. Проблемы школьного экономического образования в России / В.С. Петрова, В.С. Войтенко // Восемнадцатая всероссийская студенческая научно-практическая конференция Нижневартовского государственного университета: Статьи докладов / отв. ред. А.В. Коричко. – Нижневартовск: Изд-во Нижневарт. гос. университета, 2016. – С. 794–799.
10. Приказ Минобразования РФ от 09.03.2004 № 1312 (ред. от 01.02.2012) «Об утверждении федерального базисного учебного плана и примерных учебных планов для образовательных учреждений Российской Федерации, реализующих программы общего образования» // Вестник образования РФ. 2004. № 8.
11. Тагирова А.В. Российское школьное экономическое образование: проблемы и перспективы / А.В. Тагирова, Р.М. Тагиров // Современная наука: проблемы и пути их решения: Сборник материалов Международной научно-практической конференции / Западно-Сибирский научный центр, Кузбасский государственный технический университет имени Т.Ф. Горбачева. – Кемерово: Кузбасский государственный технический университет им. Т.Ф. Горбачева, 2015. – С. 183–187.
12. Щербик Е.Е. К вопросу об оценке экономической эффективности и перспектив устойчивого развития образовательных программ / Е.Е. Щербик // Современные образовательные технологии и методы обучения в контексте реализации требований ФГОС ВПО и нового Федерального закона «Об образовании в Российской Федерации»: Материалы методического семинара-конференции / отв. ред. В.И. Гребенюков, Г.А. Петрова. – Нижневартовск: Изд-во Нижневарт. университета, 2013. – С. 237–240.

## **РОЛЬ СОВРЕМЕННОГО ЭКОНОМИЧЕСКОГО ОБРАЗОВАНИЯ В ВОСПРОИЗВОДСТВЕ РАБОЧЕЙ СИЛЫ**

Современные экономические знания позволяют иначе взглянуть на экономическую сущность рабочей силы. Товарный характер рабочей силы определяется не только стоимостью, но и характером инвестирования. При этом рабочая сила является товаром, в единстве товарной формы и содержания. Исходя из этого, рабочая сила осуществляет движение в рамках капитала, производственных фондов в товарной форме, подчиняясь законам обращения товаров, законам движения капитала.

Рабочая сила, как элемент общественного воспроизводства, создается как товар особого вида. Таким образом, анализ товара рабочая сила, как единство потребительной стоимости и стоимости, позволяет определить результативность её потребления в индивидуальном воспроизводстве. Все вышесказанное указывает на актуальность рассматриваемой проблемы.

Работник приобретает способность удовлетворять потребности в нем покупателя, так как является носителем способности к труду и обладает рядом свойств, которые находятся в динамичном развитии. Причем, эти свойства требуют постоянного совершенствования. Речь идет о профессиональной подготовке, образовании, квалификации, воспитании, культурном уровне, творческой и социальной активности и т.д.

Новизна исследования заключается в раскрытии проблемы воспроизводства рабочей силы, где определяющим фактором является единство потребительной стоимости и стоимости с учетом современного экономического образования, влияющего на все стадии воспроизводственного процесса.

Подобным методологический подход позволил более полно обосновать содержание категории рабочая сила в единстве периодов формирования, использования и обновления рабочей силы. Сегодня важно учитывать перечисленные особенности при найме рабочей силы. При этом собственник рабочей силы должен сохранять своё отношение к рабочей силе как к собственности, то есть у нее остается право владения, а покупатель получает право пользоваться и распоряжаться.

В основе анализа товара рабочая сила лежат стоимостные процессы. Важно подчеркнуть, что стоимость рабочей силы не может сводиться к минимуму средств существования. Она определяется спросом и предложением на рынке труда и её предельной производительностью.

Рабочая сила способна создавать новую стоимость, большую, чем её стоимость. Речь идет о потребительной стоимости рабочей силы, причем последнее зависит от социальных и исторических условий в стране, способности рабочей силы создавать новую стоимость.

Поэтому результативность потребления рабочей силы в индивидуальном воспроизводстве во всех фазах (производство, распределение, обмен, потребление) определяется единством потребительной стоимости и стоимости. В процессе формирования, использования и обновления рабочей силы важно учитывать её количественные и качественные изменения во времени и пространстве.

В современных условиях рабочая сила играет важную роль в формировании конкретных черт производства. С учетом накопленного опыта автор исследования сделал попытку проанализировать взаимосвязь воспроизводственных процессов с получением современного экономического образования.

В основе рассматриваемой проблемы лежат стоимостные процессы. Закономерно возникает вопрос в какой степени современного предпринимателя интересуют социальные затраты на подготовку рабочей силы (том числе на образование) то есть предпринимателя интересует доход и издержки на рабочую силу, а последнюю интересует удовлетворение своих потребностей. При этом важно подчеркнуть, что человек заинтересован в максимальном доходе. Для общества сегодня важно воспроизводство качественно новой рабочей силы. Причем, для покупателя рабочей силы и самого рабочего преобладают интересы сегодняшнего дня, а для общества- интересы будущего. Таким образом, у каждого свой интерес и важно найти точку равновесия их удовлетворения.

Именно поэтому проблема социальных затрат важна для понимания общественно- необходимых издержек на воспроизводство рабочей силы. Таким образом, рассматривая взаимосвязь воспроизводственных процессов и получения современного экономического образования, следует остановиться на некоторых аспектах проблемы.

Анализ воспроизводства рабочей силы позволяет сделать вывод о том, что получение образования напрямую связано со стадией формирования будущей рабочей силы. Это объясняется необхо-

димостью учитывать объем, структуру и темпы высвобождения рабочей силы и потребности в ней со стороны производства. Когда человеку необходимо включаться в определенную конкретную деятельность проявляется его способность к труду, как к целесообразной деятельности. Таким образом, рабочая сила как способность к труду проявляется только в определенном производстве. При этом высокий уровень образовательной подготовки помогает профессионализму работника.

Сегодня современной рабочей силе невозможно ориентироваться в окружающем мире без современных экономических знаний. Анализ стоимости, полезности, предельной полезности рабочей силы напрямую связан с подготовкой будущих специалистов [1, с. 38–40].

Образовательный уровень – это необходимые условия подготовки человека к жизни и труду. Общее образование дает рабочей силе знания, умения, навыки, необходимые человеку для всестороннего развития, независимо от будущей специальности. Однако в условиях современного научно-технического прогресса особую значимость приобретает экономическое и специальное образование.

При анализе эффективности инвестиции в образование важно учитывать особенности регионального развития и социально-экономической ситуации в стране. Важно подчеркнуть понимание положительных и отрицательных эффектов от образования, выгоду от него как для будущего специалиста, так и для общества. Учитывая, что в образовании провозглашается принцип вариативности, у учебных заведений возникает возможность выбирать любую модель педагогического процесса [2, с. 62].

Сегодня экономическая наука приобретает все больший интерес среди молодежи. Это связано со стратегией научно-технического развития страны, которое требует повышение качества кадрового потенциала, как в профессиональной сфере, так и в экономической. С учетом опережающего роста экономики важно говорить о конкурентной способности будущих выпускников, что напрямую связано с подготовкой в вузе и востребованностью будущих специалистов на рынке труда.

Рассматриваемая проблема напрямую связана с вопросами товарности воспроизводства рабочей силы. Автор исследования, обучаясь в техническом вузе, подчеркивает особую роль экономической науки и современного экономического образования для понимания своих будущих перспектив на рынке рабочей силы.

Это проявляется в мотивационном механизме к учебной деятельности. Интерес к учебной деятельности осуществляется через сочетание инновационных технологий в обучении и фундаментальных знаний. Особый интерес представляет проблемный подход к обучению (проблемно-модульная технология). Для многостороннего восприятия материала используется многовариантность изучения предмета «Экономика». При этом восприятие материала становится более доступным через электронную версию конспекта лекций, комплекта презентаций по курсу. По курсу «Экономика» разработан комплект необходимых методических указаний для подготовки к лекционным занятиям, семинарским занятиям, к самостоятельной работе, к выполнению практических занятий. Особое значение приобретают методические рекомендации по анализу и решению проблемных ситуаций.

Таким образом, все вышеуказанное позволяет системно воспринимать современные экономические знания и одновременно проверять свой уровень компетентности через тесты, проблемные ситуации, задачи, которые в большом объеме находятся во всех методических указаниях по курсу [3, с. 144].

Мотивацией для студентов к восприятию экономических знаний чаще всего является повышение оценки с учетом индивидуального вклада в изучение предмета. Немаловажную роль в изучении дисциплины играет модульно-рейтинговая система оценки знаний. Выборочное анкетирование студентов по проблеме качества получения экономических знаний по курсу позволило сделать вывод о том, что студентам нравится работать в малых группах, получать бонусы за решение проблемных ситуаций, рассматривать практические примеры на занятиях по вопросам будущей профессии.

Важной проблемой остается ухудшение условий индивидуального воспроизводства рабочей силы, несмотря на то, что инвестиции в образование являются важным фактором воспроизводства национального богатства. Следует еще раз подчеркнуть, что анализ характеристики востребованности рабочей силы должен строиться на основе методологического подхода с учетом принципа единства потребительной стоимости и стоимости. В данном случае речь идет о реализации полезности рабочей силы и о преумножении ее в конкретных ситуациях. Максимальная полезность использования рабочей силы выражается через правильный выбор профессии и самореализацию специалиста, при этом немаловажную роль играет современное экономическое образование.

#### Литература

1. Данильчик, Т.Л., Коврижных, И.В. Проблема товарности рабочей силы предприятия / Т.Л. Данильчик, И.В. Коврижных // Вестник научных конференций. – 2015. – № 1, ч. 3. – С. 38–40.

2. Коврижных, И.В. Процесс индивидуального воспроизводства и образование: анализ проблемы // Наука и образование в 21 веке: сборник научных трудов по материалам Международной научно-практической конференции (31 октября 2014 г.). Ч. 14. – 2014. – С. 62.

3. Коврижных, И.В. Современные технологии обучения: проблема эффективности / И.В. Коврижных // Гарантия качества профессионального образования: тезисы докладов. – Барнаул: Изд-во АлтГТУ, 2013. – С. 144.

УДК 373.544

**В.С. Войтенко, магистрант**

*Научный руководитель: И.П. Истомина, канд. психол. наук, доцент  
г. Нижневартовск, Нижневартовский государственный университет*

## **ОРГАНИЗАЦИЯ РАБОТЫ ПО ФОРМИРОВАНИЮ ЭКОНОМИЧЕСКОГО МЫШЛЕНИЯ У ОБУЧАЮЩИХСЯ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ СИМУЛЯЦИОННЫХ СРЕДСТВ**

В настоящее время перед школьным экономическим образованием стоит потребность формировать у обучающихся не только общее понимание экономических процессов, знание основных понятий, а развития целого типа мышления, которое позволит применять приобретенные компетенции в реальных жизненных ситуациях, осознавать собственную роль в экономической жизни общества. Здесь речь идет об экономическом мышлении, под которым в современной психолого-педагогической науке понимается «выражение общественного сознания, связанного с познанием и отражением экономических отношений, потребностей и интересов, экономической действительности в целом и её преобразования в ходе практической хозяйственной деятельности через проявления в виде экономического поведения», так же он характеризует его как «сложный и многогранный феномен, который затрагивает все сферы жизнедеятельности общества» (определение Голиков В.Д.).

В формировании экономического мышления в таком ключе большую пользу могут принести те методы, приемы и средства, которые помогают обучающимся самостоятельно разобраться с тонкостями и нюансами изучаемой проблемы. Это связано в первую очередь с тем, что в экономическом мышлении принято выделять два уровня: теоретический и эмпирический [1], а в процессе обучения в школе на уроках экономики, как правило, происходит упор на теоретическую составляющую экономического мышления (лекционные и семинарские работы, анализ реальных экономических ситуаций, кейс-метод). Вышеперечисленные положительно зарекомендовавшие себя формы и методы несомненно позволяют освоить значительные объемы знаний. Но для современного человека только знаний и умений недостаточно. Необходимо вести работу по формированию у обучающихся компетенций, направленных на формирование устойчивых характеристик личности экономического толка. Исходя из вышеизложенного, становится очевидным, что в школьное обучение необходимо включать формы, методы и средства хорошо зарекомендовавшие себя при обучении взрослых. К такой группе активных методов обучения следует отнести симуляционные средства обучения. Применение именно симуляционных средств во многих отраслях уже является традиционным. Наиболее яркими примерами являются подготовка врачей, обучение личного состава, управляющего высокотехнологической военной техникой, пилоты гражданской авиации – на сегодняшний день подготовка этих специалистов не мыслима без использования симуляторов, погружающих обучающегося в ситуацию, где, как правило, максимально точно воспроизводится какая-либо профессиональная деятельность.

Однако методы и приемы, позволяющие выстроить эмпирический уровень экономического мышления, используются не так широко, что вызвано рядом причин.

Во-первых, сама группа таких приемов немногочисленна. Самыми популярными приемами являются моделирование ситуаций и проблемных заданий, деловые и ролевые игры, экономические симуляторы и тренажеры.

Во-вторых, специфика данных методов ограничивает частоту их применения, так как для их реализации в рамках образовательного процесса необходимо создание особых условий не только со стороны учителя, но и со стороны администрации школы. В частности, из-за времязатратности данных технологий необходимо адаптировать расписание учебных занятий; так же необходимо решать проблемы, связанные с закупкой и использованием данного программного обеспечения, поскольку оно является объектом авторского права. К сожалению, можно констатировать, что это далеко не полный перечень проблем данного рода.

В-третьих, можно выделить такой фактор как несформированность экономических компетенций у педагогического сообщества учителей экономики. Прежде всего, это связано с немногочисленностью учителей экономики, с тем, что зачастую экономику в школах ведут учителя истории и обществознания, которые более замотивированы в участии в своих профильных методических объединениях.

Однако, не смотря на существующие барьеры, на наш взгляд симуляционные средства обучения должны применяться в образовательном процессе как во внеурочной, так и в урочной форме.

Прежде всего, следует использовать такие симуляторы, которые будут способствовать развитию рационального поведения, а также применению знаний, полученных на уроках экономики на практике. На данный момент на рынке присутствует множество программного обеспечения, которое не является чистыми симуляторами, но в тоже время имеют экономическую составляющую, которая может использоваться в процессе обучения. В данной ситуации прежде всего необходимо применять симуляционные средства в процессе формирования эмпирического уровня экономического мышления, так как это обусловлено необходимостью совмещать теоретические знания с принятием управленческих решений, а самое главное, возможностью увидеть, какие последствия повлекли принятые управленческие решения и как среда симулятора будет на них реагировать.

Урок комплексного применения знаний и умений построенный с учетом использования симуляционных средств (в данном случае предполагается применение игры Capitalism 2) может выглядеть следующим образом и содержать следующие этапы:

1. Организационный этап (Включение ПК, запуск игры – 3 мин.)

Несмотря на то, что организация урока с применением симуляционных средств обучения требует обеспечением техническими средствами практически каждого ученика, применяя данный экономический симулятор можно организовать работу учащихся в парах, тем самым на двух обучающихся потребуется всего один ноутбук.

2. Постановка цели и задач урока. (Например, цель урока – достижение учащимися определенной внутриигровой цели, с помощью выполнения задач, поставленных учителем). Мотивация учебной деятельности – 7 минут

В качестве примера цели и задач можно, которые будут актуальны для закрепления темы «Маркетинг» в рамках конкретного симулятора, привести следующую их формулировку:

Цель: Обеспечить показатель лояльности покупателей к бренду в размере 30%

Задачи:

- А. Определить оптимальный тип СМИ для покупки рекламы
- Б. Определить оптимальный объем затрат на продвижение бренда
- В. Выбрать наиболее приемлемый тип бренда для производимой продукции
- Г. Выяснить, как показатель качества продукции влияет на объем спроса
- Д. Обеспечить стабильное состояние фирмы во время выполнения задания.

3. Выполнение поставленных задач учащимися – 20–25 минут

На данном этапе основная роль учителя – сопровождать учащихся во время выполнения задания. Сопровождение будет заключаться в решении вопросов технического характера и консультативной помощи касательно затруднений возникших у учащихся при непосредственном выполнении заданий. В данном случае учителю будет необходимо не дать ученику готовый ответ, для преодоления затруднительной ситуации, а подвести ученика к ситуации успешного поиска правильного решения.

4. Анализ достигнутых результатов учащимися – 5–7 минут

5. Рефлексия – 3–5 минут.

Таким образом, становится очевидным, что симуляционные средства обучения актуальны и для школьного обучения, в частности для экономического образования. Именно такие активные средства обучения способны интегрироваться в реальную жизнь современного обучающегося.

В дальнейшем планируется продолжить исследование по данному направлению. В частности планируется проведение пробных занятий с использованием симуляционных средств обучения с целью накопления опыта для его структуризации и дальнейшей популяризации, а так же определения минимальных требований к необходимой технической инфраструктуре для организации и проведения подобного типа уроков.

#### Литература

1. Голиков В.Д. Экономическое мышление предмет междисциплинарного исследования / В.Д. Голиков, Е.В. Путехина // Вестник УГАТУ = Vestnik UGATU. – 2006. – № 2. – URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/ekonomicheskoe-myshlenie-predmet-mezhdistsiplinarnogo-issledovaniya> (дата обращения: 27.12.2016).

## АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ФОРМИРОВАНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКИХ КОМПЕТЕНЦИЙ В ШКОЛЕ

Основная задача школьного экономического образования – подготовить учащихся к активному и сознательному поведению в экономической сфере общества. Человек должен владеть для этого соответствующей компетенцией, включающей его личностное отношение к ней и предмету деятельности.

Формирование компетенций осуществляется средствами содержания образования [3]. В соответствии с разделением содержания образования на общее метапредметное (для всех предметов), межпредметное (для цикла предметов или образовательных областей) и предметное (для каждого учебного предмета) выделяют три уровня компетенций:

- 1) Ключевые компетенции – относятся к общему (метапредметному) содержанию образования;
- 2) Общепредметные компетенции – принадлежат к определенному кругу учебных предметов и образовательных областей;
- 3) Предметные компетенции – имеют конкретное описание и возможность формирования в рамках учебных предметов.

Предметные компетенции выражаются в усвоении обучаемыми конкретных элементов социального опыта, изучаемого в рамках отдельного учебного предмета. Структура предметной компетенции включает объект реальной действительности; характеристику социальной значимости знаний, умений, навыков и способов деятельности по отношению к данному объекту; характеристику личностной значимости данной компетенции для ученика.

Экономические компетенции – совокупность взаимосвязанных качеств личности, задаваемых по отношению к экономической сфере общества и необходимых для выполнения основных социально-экономических ролей (потребителя, наемного работника, предпринимателя и др.)

Экономическая сфера – базовая, определяющая в жизни общества [2]. Прямо или косвенно в экономической сфере участвуют все люди, поскольку все мы являемся потребителями товаров и услуг, созданных в производстве; покупателями, участвующими в распределении и обмене; работающие граждане участвуют в производстве товаров и услуг.

Главным результатом образования должны стать не отдельные знания, умения и навыки, а способность и готовность человека к эффективной и продуктивной деятельности в различных социально значимых ситуациях [1].

Экономическая компетентность выпускника школы предполагает, что он обладает определенным набором компетенций, т.е. готов активно действовать и принимать ответственные решения в различных областях экономической деятельности (потребление, производство, распределение и обмен) [4].

На сегодняшний день, в городе Нижневартовске в 14 общеобразовательных организациях открыты профильные социально-экономические и экономические классы. Обхват обучающихся в 10–11 классах данных профилей составляет порядка 700 человек. С 5 по 9 класс курс экономики реализуется в рамках учебного предмета обществознание (например, УМК Козленко С.И., Козленко И.В.).

В среднем, на экономическую сферу в рамках учебного курса обществознание выделяется 12 академических часов.

Ежегодно ЕГЭ по обществознанию сдают 50–55% выпускников школ города. Средний балл по обществознанию за последние 5 лет таков:

Таблица 1

**Средний балл по обществознанию за последние 5 лет**

Год	Средний балл
2012	52,9
2013	66,2
2014	52,9
2015	51,3
2016	50,4

Школьный курс экономики должен в полной мере объяснить школьнику устройство экономического мира. Также, важным является то, что ученик должен иметь представление о той экономиче-



ской роли, которую ему самому предстоит играть в жизни в качестве наемного работника, потребителя и т.п. Учащийся должен получить представление о том, как ведут себя и какие цели преследуют другие субъекты рынка, с которыми он будет взаимодействовать.

Образовательный стандарт 2004 года закрепил профильное и предпрофильное обучение в школе с целью ориентации на высшее образование. Для подготовки учащегося к профильному образованию необходимо закрепить знания через специально созданные элективные учебные предметы.

Элективные курсы играют важную роль в системе профильного обучения на старшей ступени школы и являются обязательными для старшеклассников.

Элективный курс – сложная композиция уроков для старшей школы. Его роль и назначение полностью раскрывается в контексте профиля обучения, направляя ученика на его будущую профессию. Именно элективный курс по экономике может помочь сформировать экономическую компетентность у учащихся.

Для того чтобы выявить насколько у школьников сформированы экономические компетенции, было проведено анкетирования среди учащихся 9–11 классов на базе МБОУ СШ № 42. Учащиеся отвечали на вопросы исходя из своих потребностей, предрасположенности и интересов.

Отвечая на вопрос № 1, учащиеся показали следующие результаты:

Знаешь ли ты экономику? (68 ответов)

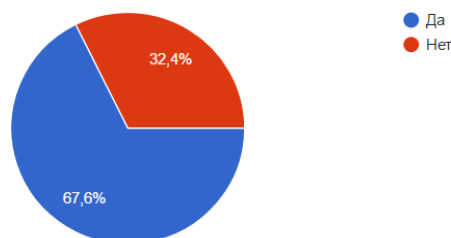


Рис. 1. Ответ на вопрос «Знаешь ли ты экономику?»

Большинство учащихся (67,6%) ответили, что знают экономику, что подразумевает под собой, что учащиеся имеют экономическое представление, то есть представление об экономических понятиях, явлениях, событиях, происходящих в экономике страны и в мировой экономике. Данный результат предполагает, что учащиеся как минимум усваивают опорные знания. Также, этот результат говорит о понимании, а то есть учащиеся должны уметь преобразовывать материал из одной формы выражения в другую; уметь иллюстрировать понятия и законы примерами из реальной жизни.

Результаты по вопросу № 2 были следующими:

Нужна ли тебе экономика в дальнейшей жизни? (68 ответов)

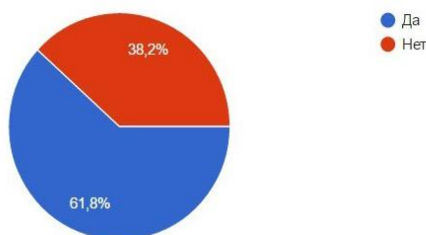


Рис. 2. Ответ на вопрос «Нужна ли тебе экономика в дальнейшей жизни?»

Анализируя эту диаграмму, стоит обратить внимание на те 38,2% учащихся, которые ответили, что экономика им в их дальнейшей жизни не нужна. Изучение экономики необходимо каждому гражданину. Экономика помогает правильно и сбалансированно вести собственный бюджет, учит правильно удовлетворять свои потребности. Изучение экономики расширяет кругозор человека, так как она дает массу полезной информации, которая пригодится в жизни. Учащиеся должны понимать актуальность экономических знаний в их жизни. Следовательно, данный результат говорит о том, что у учащихся не сформирована экономическая компетенция, учащиеся не готовы активно действовать и принимать ответственные решения в различных областях экономической деятельности.

Результаты по следующему вопросу таковы:

Хватает ли тебе школьных знаний по экономике? (68 ответов)

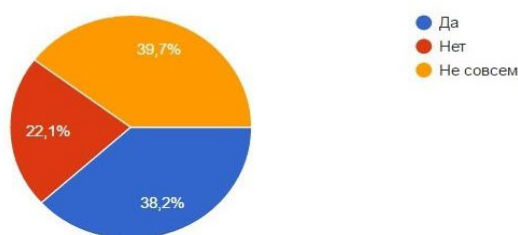


Рис. 3. Ответ на вопрос «Хватает ли тебе школьных знаний по экономике»

Большинству респондентов не совсем хватает школьных знаний экономике или не хватает вообще. Это может быть связано с тем, что в среднем и старшем звене курс экономики в основном преподается в составе курса обществознание. Экономика может изучаться в качестве самостоятельного предмета на профильном уровне, но тогда эти разделы исключаются из курса «Обществознание». Детям необходимо больше знаний, которые они смогут применять в реальной жизни, то есть обучение должно максимально делать опору на жизненный опыт учащихся. Многим детям не хватает полученных знаний и значит есть необходимость для введения элективного курса по экономике.

Результаты по вопросу:

Часто ли ты используешь знания по экономике в повседневной жизни?  
(68 ответов)

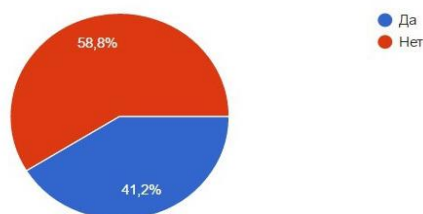


Рис. 4. Ответ на вопрос «Часто ли ты используешь знания по экономике в повседневной жизни?»

Большее половины опрошенных (58,8%) отмечают, что не используют знания по экономике в повседневной жизни. Экономика является одной из важнейших наук нашего времени, она проявляется во всех сферах жизни общества и каждый человек сталкивается с этими проявлениями ежедневно. Именно на экономике строится вся человеческая деятельность. Анализируя предыдущие вопросы, 67,6% учащихся ответили, что знают экономику, но при этом 58,8% не используют экономические знания в повседневной жизни. Из этого следует, что экономические компетенции у учащихся не сформированы, многие учащиеся на самом деле не понимают значения и не имеют явного представления об экономике в своей жизни.

Также, учащиеся должны были ответить чего им не хватает в школьном курсе экономики. На вопрос ответили 58 человек, что составило 85,3% от всех респондентов.

Как вы думаете, чего не хватает в школьном курсе экономики? (58 ответов)

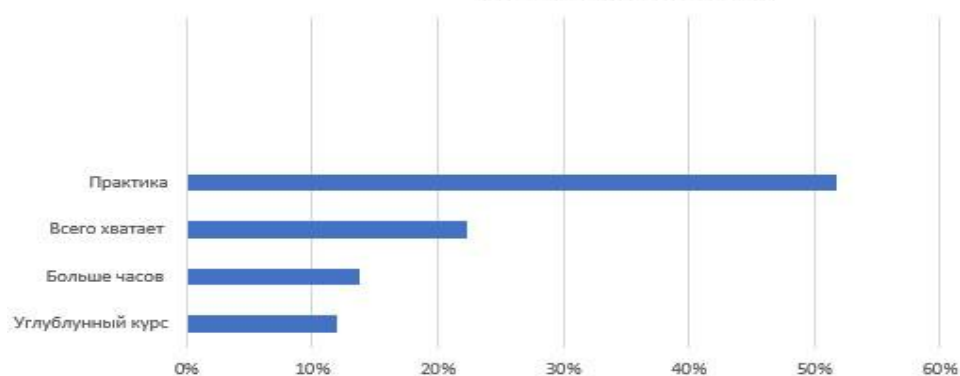


Рис. 5. Ответ на вопрос «Как вы думаете, чего не хватает в школьном курсе экономики?»

Большинство учащихся (51,8%) ответили, что в школьном курсе экономики им не хватает практики. Это говорит о том, что учащиеся не просто усваивают экономические знания, а хотят научиться применять их для решения конкретных проблем в своей жизни. Организация практических занятий должна давать учащимся возможность получить реальное представление о том, что изучалось на занятиях, познакомиться с различными фактами из области изучаемых предметов, выходящими за рамки учебника. Учащимся необходимо расширение и углубление знаний по уже изученным вопросам. Практическая деятельность должна реализовываться в рамках экономических компетенций, которые необходимо формировать у учащихся. Также, для осуществления эффективной экономической деятельности современному человеку необходимо обладать определенным уровнем развития экономического мышления.

Именно для организации практической деятельности учащихся необходимо создавать элективные курсы по экономике, которые могут быть как курсы в рамках предпрофильной подготовки, так и курсы в рамках профильного обучения экономике. Для того чтобы учащиеся овладели какими-либо практическими навыками, элективный курс должен быть направлен на какую-либо определенную профессиональную сферу.

В настоящее время разработаны элективные курсы экономического содержания для предпрофильной подготовки учащихся, позволяющие им познакомиться с различными областями профессиональной деятельности экономистов (маркетинг, менеджмент, предпринимательство, страхование, рынок ценных бумаг и др.). Для «поддержки» изучения экономики на профильном уровне следует использовать курсы, предполагающие углубление или расширение знаний по темам, изучаемым в рамках профильных предметов. Примером может служить элективный курс «Налоги России». Для внутрипрофильной специализации реализуются курсы, направленные на углубленное изучение различных прикладных областей экономической науки: менеджмента, маркетинга, предпринимательства, бухгалтерского учета и др. Существуют также междисциплинарные курсы практического характера.

#### Литература

1. Петрова В.С. Подготовка будущих учителей с учетом требований ФГОС ООО в рамках дисциплины «Методика обучения и воспитания в области экономического образования» / В.С. Петрова // Традиции и инновации в образовательном пространстве России, ХМАО-Югры и НВГУ: Материалы V Всероссийской научно-практической конференции / отв. ред. В.Б. Иванов, А.Ф. Васинова. 2016. С. 133–136.
2. Петрова В.С., Войтенко В.С. Проблемы школьного экономического образования в России / В.С. Петрова, В.С. Войтенко // Восемнадцатая всероссийская студенческая научно-практическая конференция Нижневартковского государственного университета: Статьи докладов / отв. ред. А.В. Коричко. 2016. С. 794–799.
3. Петрова В.С., Гилемшина А.М. Критерии оценки эффективности общих компетенций на уроках экономических дисциплин / В.С. Петрова, А.М. Гилемшина // Вестник магистратуры. 2015. № 5-1 (44). С. 101–104.
4. Тагиров Р.М., Тагирова А.В. Российское школьное экономическое образование: проблемы и перспективы / Р.М. Тагиров, А.В. Тагирова // Современная наука: проблемы и пути их решения: Сборник материалов Международной научно-практической конференции / Западно-Сибирский научный центр; Кузбасский государственный технический университет имени Т.Ф. Горбачева. 2015. С. 183–187.

УДК 372.83

**К.С. Дудченко, студент**

*Научный руководитель: В.С. Петрова, канд. культурологии, доцент  
г. Нижневартовск, Нижневартковский государственный университет*

### УСЛОВИЯ ЭФФЕКТИВНОГО ПРИМЕНЕНИЯ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКОГО МЕТОДА В ОБУЧЕНИИ

В наши дни в образовательной системе должны учитываться потенциалы и потребности каждого человека. Ориентир на среднего ученика, который господствовал еще недавно в образовании не только в России, но и в нескольких странах зарубежья, сегодня не устраивает не только учащихся образовательных учреждений, но и государственную систему образования. Сейчас в приоритете потенциального развития природных задатков и способностей учащихся.

Активный поиск интересной информации, изучение всего нового – естественное состояние каждого ребенка, он познает мир и испытывает потребность его познать во всех жизненных аспектах. Именно стремление способно порождать исследовательское поведение, поспособствовать созданию

условий для того, чтобы развитие ребенка с самого начала его жизни разворачивалось в процессе саморазвития.

Навыки непрерывного образовательного процесса, способность самостоятельного овладения новейшими знаниями и умениями, обучения в течение всей жизни человека, выбор и обновление профессионального пути способно сформироваться именно со школьной парты. От того, как подготовлены школьники зависит обеспечение инновационного пути в развитии образования и страны.

Теоретические аспекты проблемы изучали такие авторы как Н.Г. Алексеева [1], А.В. Леонтович [2], В.С. Петрова [3], Т.С. Широбоковой [4].

Реализация процесса познания и творческой активности учащегося в процессе обучения включает в себя современные образовательные технологии, которые дают потенциал в повышении качества современного образования, более эффективного использования учебного времени и снижения доли репродуктивной занятости учеников школы при помощи понижения затрачиваемого времени, которое отведено на то, чтобы выполнить домашнее задание.

В каждой школе страны представлен обширный спектр педагогических технологий, которые могут быть применены в процессе обучения. Среди такого спектра образовательных технологий особое место занимают исследовательские методы обучения.

В научной теории и практике обучения активно используются понятия «исследование» и «исследовательский метод обучения» [3].

Под «исследованием» следует понимать получение новейших знаний или регулярное расследование с целью установить факты.

«Исследовательский метод обучения» – это объединение метода познания, поисковой деятельности учеников с помощью постановки задач, включающих в себя познание и практику, и требующих независимого созидательного решения [1]. Исследовательский метод обучения имеет широкое использование в процессе обучения каждого ребенка в школе.

Метод исследования может быть использован как на этапе усвоения новых знаний, так и на этапе их закрепления и применения, в том числе и при выполнении домашних заданий. А возрастные особенности учащихся разрешают использовать исследовательский метод не только старшеклассникам или среднему звену, но даже приветствуется в употреблении исследовательского метода в начальной школе.

На современном этапе развития школы исследовательский метод обучения осуществляет чрезвычайно важные функции.

Во-первых, метод исследования способен повысить результативность усвоения учениками знаний, умений, навыков. Во-вторых, способствует освоению программ общего образования. В-третьих, исследовательский метод выступает в роли инструмента формирования способностей и мотивации в обучении. В этом аспекте процесс исследования выступает как технология образования, которая ориентирована на задачи развития учащихся. В-четвертых, метод исследования может выступить как способ профориентации школьников. Эта функция создает задачу построения непрерывного образования, самообразования и поиска одаренных детей, которые мотивированы в последующей профилизации их образования [2].

Деятельность учителя, применяющего исследовательский подход в обучении, подразделяется на несколько этапов.

Первый этап: преподаватель проводит дидактический анализ исследуемой темы.

Второй этап: Проводится проектирование урока, при помощи исследовательского подхода, на основе учебной и познавательной деятельности, творческих навыков и навыков исследования учеников класса.

Третий этап: Учитель организует процесс обучения с элементами исследования.

Четвертый этап: Преподаватель анализирует и корректирует развитие творческих способностей учащихся класса.

Исследовательский метод обучения на уроке может быть применен учителем в нескольких формах: первая форма – учитель самостоятельно проводит и опыты исследования, и раскрывает логику решения задачи; вторая форма – учащиеся класса самостоятельно проводят опыты исследования и сами получают ответы на вопрос, к которому их подвел учитель; третья форма – на примере открытия или известного опыта, преподаватель, используя конкретный материал, и логику учащихся, воспроизводит процесс поиска ответов.

Но важное место при применении исследовательского метода в образовательном процессе занимают умения школьников в области наблюдения. Приведу пример урока с применением исследовательского метода обучения.

Любое исследование начинается с выбора темы: ученики выбирают интересующую их тему, на которую они будут проводить исследование. Учитель, в свою очередь, старается уточнить тему и проблему исследования.

После чего происходит, непосредственно, проведение исследования. Учащимся нужно объяснить, что всю найденную ими информацию, необходимо записывать на отдельные листочки, а затем разложить их по соответствию тому вопросу, на который они отвечают.

Любое исследование невозможно осуществить без подведения итогов. Информация, подобранная к каждому вопросу, анализируется путем сравнения и при помощи выделения существенной информации. Необходимо внушить детям необходимость анализа всей собранной ими информации. А заключение о работе на уроке можно сделать в виде устного сообщения, презентации или иллюстрации. Подведение итогов необходимо для того, чтобы ребенок смог осмыслить информацию, ведь это обеспечивает глубокое понимание темы исследования.

Последовательное выполнение всех этапов исследования способствует формированию исследовательских умений в таком способе деятельности, как наблюдение.

Ярким «представителем» исследовательского метода обучения является проектная деятельность, которая ориентирована на приобретение фактических знаний и их применение.

В основе проектной деятельности положена идея о направленности школьников на результат, который будет получен при решении практической или теоретической проблемы. Данный метод ориентируется на достижение целей учеников и именно поэтому является уникальным.

Использование исследовательского метода в обучении имеет ряд достоинств и недостатков.

В результате исследовательской деятельности обучающиеся проявляют творческую сторону личности, умение самостоятельно искать, анализировать и отбирать нужную информацию по заданной теме, получают собственный опыт в области исследования. Итогом проделанной работы должен являться созданный продукт, который имеет важность как для автора исследования, так и для окружающих.

Неоспоримым достоинством применения исследовательского метода обучения является привитие участникам образовательного процесса навыков сотрудничества, так как участники исследования не «зацикливаются» на собственном видении проблемы, а учатся учитывать интересы своих партнеров, ведь чем больше мнений, тем легче анализировать полученные знания и формулировать выводы работы.

Школьники, применяя исследовательский метод в обучении, имитируют работу ученых. Они действительно проводят полноценное исследование, если конечно изначально правильно определены цели, задачи исследования. Исследование обычного ученика образовательного учреждения может внести неоспоримый вклад в науку государства.

Поэтому для формирования гармонично сформированной личности, исследовательский метод стоит использовать как можно чаще.

Наряду с большими достоинствами применение исследовательского метода в обучении порой связано с определенными трудностями, а ученые и вовсе считают данный метод не эффективным.

Во-первых, аспекты проектирования метода исследования не достаточно осмысливаются педагогами и самими учащимися. В результате участники образовательного процесса действуют не на основе метода, а на основе порядка, в котором расположены отдельные приемы, предусмотренные содержанием исследовательского задания или задачи, что обеспечивает формирование у учеников представления о целостной структуре, овладение которой создает основы для творческой самореализации учащихся в моделировании учебно-исследовательской, творческой деятельности и саморазвития в ней.

Во-вторых, исследовательский метод применяется в школе некими эпизодами. Системный подход в организации учебной исследовательской деятельности учащихся отсутствует, что не обеспечивает полным овладением исследовательского метода, обеспечивает только приемы, необходимые для решения задач исследования

В-третьих, исследовательские задания, которые предлагаются ученикам в учебниках, как правило, содержат подробный алгоритм действий. Это является основным внешним барьером проявления творческих способностей учащихся в исследовании. Возникает барьер творческого саморазвития и динамики личностных достижений.

Для успешного применения исследовательского метода в обучении учащихся, учитель, основная задача которого состоит в том, чтобы заинтересовать обучающихся процессом познания, должен: создать условия для развития у учащихся умения сформулировать проблему и предложить пути ее решения; ставить перед учениками класса задачи исследования в понятной для них форме; организо-

вать сотрудничество между учениками класса в процессе осуществления исследования; создать условия обмена мнениями; быть терпимым к ошибкам учеников, уметь выслушать все их идеи и мнения; мотивировать и стимулировать учащихся в выдвижении новых идей; учитывать интересы учащихся. Учащихся необходимо учить так, чтобы они постепенно овладевали отдельными этапами научного познания, решения проблем, приобретали отдельные черты творческой деятельности.

Для осуществления научной исследовательской деятельности и работы с учащимися, учитель должен глубоко и многосторонне знать свой предмет, систематически читать методические пособия и научную литературу, выходящую за рамки предмета; легко ориентироваться в последних новостях науки, политики, общества и выражать к ним интерес; отличаться рационализаторским подходом к работе, стремиться находить новые решения задач науки и педагогики.

Также, для педагога, важно обладать высоким комплексом умений: выбирать и уметь обосновать тему исследования; подбирать необходимые для проведения исследования источники, в частности научную литературу, статистические данные, интернет – ресурсы; уметь сосредоточивать работу учеников на поиск потенциальной значимой информации; определять этапы исследования и корректировать деятельность учащихся; предсказывать эффективность научной работы, возможность ее практического применения; обобщать, описывать и оформлять полученные результаты; формулировать выводы и рекомендации [4].

Для успешного осуществления учебной исследовательской деятельности обучающиеся должны овладеть следующими навыками и действиями: уметь ставить проблему исследования и аргументировать ее актуальность; формулировать гипотезу исследования и раскрывать замысел – сущность будущей деятельности; планировать исследовательскую работу и выбирать необходимый инструментарий; проводить исследование с поэтапным контролем учителя и коррекцией результатов работ; оформлять результаты исследовательской деятельности как конечный продукт; представлять результаты исследования большому кругу заинтересованных лиц для обсуждения и вероятного практического использования в будущем.

Таким образом, использование методов исследовательской деятельности в процессе обучения школьников ставит ученика в положение, требующее не только усвоить готовые знания, но и уметь на базе, полученного материала, самостоятельно провести исследование. Исследовательская деятельность в обучении раскрывает творческую сторону личности учащихся, делая их творческими участниками исследования, а не потребителями готовой информации. Лежащее в основе исследовательского обучения поведение позволяет видоизменить обучение в процесс самообучения, запуская механизм саморазвития.

#### **Литература**

1. Алексеев Н.Г., Леонтович А.В. Критерии эффективности обучения учащихся исследовательской деятельности // Развитие исследовательской деятельности учащихся: Методический сборник. – М.: Народное образование, 2001.
2. Леонтович А.В. Моделирование исследовательской деятельности учащихся: практические аспекты // Школьные технологии. – 2006.
3. Петрова В.С. Диалог в истории культуры и образования: автореф. дис. ... канд. культурологии / Нижневартковский государственный университет. Нижневартовск, 1998.
4. Широбокова Т.С. Исследовательский метод обучения // Справочник классного руководителя. – 2012. – № 5.

**УДК 374.1**

***Д.В. Евстафьева, магистрант***

*Научный руководитель: Л.Е. Замураева, канд. экон. наук, доцент  
г. Тюмень, Тюменский государственный университет*

## **ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ФУНКЦИЯ МОЛОДЕЖНЫХ НЕКОММЕРЧЕСКИХ ОБЩЕСТВЕННЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ В РЕГИОНЕ**

Образование подрастающего поколения является важнейшим фактором долгосрочного развития общества и государства. Конкурентоспособность государства в современных условиях при росте значимости человеческого капитала зависит уже не только от деятельности традиционных образовательных институтов, но и от возможности постоянно повышать уровень и расширять спектр компетенций, используемых в экономике и в социальной жизни [2]. То есть важно не только усвоение школьной программы, но и всестороннее развитие личности, получение полезных и практически

применимых в будущем навыков, развитие способностей и талантов. В этом гражданам могут помочь как неформальное образование (курсы, тренинги, короткие программы, которые могут предлагаться на любом этапе образования или профессиональной карьеры), так и информальное (спонтанное) образование, которое реализуется за счет самообразования граждан в насыщенной культурно-образовательной среде [2].

Взрослые люди, которые имеют определенное представление о том, какие пробелы в их образовании им необходимо заполнить, какие знания им необходимо получить для достижения той или иной практической цели, способны самостоятельно фильтровать информацию, выбирать наиболее подходящие именно для них средства ее представления, и выработать систематический подход к ее изучению [3, с. 82]. Но дети, подростки, молодые люди зачастую не отличаются такой степенью сознательности. Учтя, что получить доступ к информации в настоящее время очень легко даже для ребенка, необходимо как минимум в определенной степени ограничивать эти возможности доступа, поскольку не вся информация может быть полезной и даже безопасной для юного пользователя. Дети не всегда могут выбрать для себя именно те ресурсы, которые могли бы быть им полезны в образовательных целях, и редко они имеют достаточную мотивацию, чтобы искать именно такую информацию. В образовательном процессе им необходимо участие других людей, более зрелых и опытных, которые могли бы помочь именно в выборе нужной информации и объяснении, зачем она нужна.

Традиционная система образования предполагает подачу преимущественно теоретической информации в установленной форме: учителя, согласно школьной программе, дают ученикам определенную информацию, после чего усвоение этой информации проверяется контрольными тестами и оценивается. При такой системе нередко у учеников нет ни малейшего представления, в чем идейный смысл получения этих знаний, и когда и для чего они могут им пригодиться, кроме непосредственно самого контрольного теста. Многие неформальные образовательные институты также осуществляют свою деятельность в подобном формате, предоставляя ученикам лишь немного другую информацию (например, музыкальные, танцевальные, спортивные кружки и секции). У обучающегося не всегда есть заинтересованность в получении такой информации. И даже в случае успешного освоения программы по результатам контрольной оценки, не всегда эта информация действительно полноценно усваивается в долгосрочной перспективе. Конечно, это не значит, что традиционная система образования бесполезна и несостоятельна. Но она имеет свои недостатки, и это важно понимать.

Вышеизложенное поясняет, в чем заключаются основные проблемы формальной системы образования, и почему не все доступные способы информального образования хорошо подходят для подрастающего поколения. Но, анализируя плюсы и минусы различных подходов, можно предположить, что наиболее эффективные технологии в образовании должны сочетать в себе плюсы этих образовательных систем. То есть оптимальной будет система, которая сочетала бы в себе личную заинтересованность и внутреннюю мотивацию обучающегося с поддержкой и контролем со стороны более зрелого наставника, который мог бы объяснить в случае необходимости, в чем цель изучения того или иного процесса, явления и т.д. [1, с. 178].

В качестве примера подобного образовательного института можно привести различные молодежные общественные организации, которые позволяют молодым людям в интересной форме получить знания в области менеджмента, экономики, управления персоналом и т.д. Причем знания эти основываются исключительно на практическом опыте и постоянно применяются в реальной жизни, такие знания очень разносторонни, и постоянно пополняются, если человек активно участвует в деятельности такой организации. Забыть полученную таким образом информацию намного сложнее, чем выученный из учебника материал, ввиду того, что она изучается и закрепляется в ходе практической деятельности. Вся получаемая информация не навязывается извне, она естественным образом познается молодыми людьми в процессе той деятельности, которая вызывает у них интерес.

В данной работе в качестве примера рассматривается Тюменское региональное отделение Всероссийской общественной организации «Молодая Гвардия Единой России». В настоящее время данная организация очень активно участвует в жизни общества, привлекая внимание общественности и властей к существующим проблемам в городе и регионе, повышая гражданскую сознательность общества и т.д. Очень часто активисты этой организации проводят различные мероприятия, акции, митинги. Разработкой каждого проекта занимаются сами активисты: они генерируют идеи, как можно привлечь внимание людей к определенной теме; они продумывают, какие ресурсы для этого понадобятся; они просчитывают смету; они занимаются всеми организационными моментами; они на практике проводят все эти мероприятия. Молодые люди видят результат своей деятельности, – он выражается как в готовом мероприятии, так и в достижении цели, ради которой это мероприятие было организовано. Они понимают, для чего необходима была вся предварительная работа. Все необходи-

мые знания усваиваются в ходе этой работы, а молодежь получает незабываемый и бесценный опыт. Конечно, не сразу каждому желающему представится возможность руководить организацией крупного проекта, но при достаточной целеустремленности и обучаемости со временем это становится возможным. И даже на первых порах активисты «Молодой Гвардии» принимают участие в организации мероприятий в различных ролях, под руководством более взрослых наставников, благодаря чему также получают опыт и определенные навыки (в зависимости от конкретной роли).

Учитывая, что данная организация проводит мероприятия с самой разной тематикой, для различных целевых аудиторий, в самых разнообразных форматах, активисты этой организации получают очень разносторонний опыт.

Не всегда молодые люди приходят в общественные организации с осознанием того, что они представляют собой своеобразный образовательный институт: кто-то приходит, чтобы завести друзей; кому-то хочется направить свою энергию в благое русло; кому-то просто нравится участвовать в общественной жизни; кто-то хочет выделиться из толпы таким образом. У всех свои причины. Не многие идут целенаправленно за опытом и знаниями. И это, пожалуй, только к лучшему, поскольку процесс такого образования проходит не в принудительном порядке, а как бы фоном, при реализации прочих целей.

Многие из ребят, которые приходят в такие организации, имеют цель в будущем получить должность в государственном аппарате управления. И многие, действительно, достигают этой цели, поскольку участие в деятельности общественных организаций можно считать хорошей школой для будущих управленцев.

Помимо процессов организации проектов, участие в деятельности общественных организаций помогает молодым людям развивать коммуникативные навыки, презентационные навыки, развивает смекалку, пространственное видение, умение просчитывать различные варианты на несколько шагов вперед и предотвращать возможные проблемы еще до того, как они появляются, и многое другое.

В современном мире недостаточно знания лишь теоретических основ экономики и менеджмента для того, чтобы стать успешным предпринимателем или управленцем. Важен опыт, который может набираться годами после окончания университета, а может быть получен параллельно со школьным или университетским образованием благодаря участию в деятельности общественных организаций. Такая деятельность формирует у молодежного поколения лидерские качества, учит командной работе, на практике оттачивает организаторские и управленческие способности. Активисты таких организаций, действуя в рамках общепринятых норм права, морали и этики, получают ценный опыт проектной деятельности.

Важно отметить, что такая деятельность не может являться единственным источником получения знаний. Участие в деятельности некоммерческих общественных организаций не должно быть единственным видом активности молодежи. В любом случае молодые люди должны получить как минимум среднее школьное образование. А молодежные некоммерческие общественные организации предлагаются в качестве дополнительной активности, которую можно считать особой вспомогательной технологией неформального образования молодого поколения.

Эту технологию нельзя назвать новой. Ранее существовавшие пионерские организации, по сути, можно считать прототипом таких общественных организаций, как «Молодая Гвардия Единой России». Но тот факт, что сама идея молодежных общественных организаций не нова, не умаляет тех преимуществ, которые такие организации предоставляют своим участникам в виде знаний, опыта, навыков и умений, которые однозначно могут быть полезны в будущем каждому. При этом польза, которую приносят активисты таких организаций обществу, также неоценима. А потому, можно сделать вывод, что развитие и распространение молодежных некоммерческих общественных организаций может способствовать долгосрочному и поступательному экономическому и социальному развитию как региона, так и всей страны.

В современных условиях всеобщего доступа к информации и распространения различных технологий образование молодого поколения не должно ограничиваться формальной системой традиционных институтов. Для полноценного развития личности необходимо сочетание всех трех типов образовательных систем: формальной, неформальной и информальной. В качестве эффективного института образования в данной статье предлагаются молодежные общественные организации, где молодые люди одновременно могут получить опыт управленческой и организационной деятельности, командной работы, повысить коммуникационные навыки, и принести пользу обществу.

#### Литература

1. Горшкова В.В. Взаимодействие формального, неформального и информального образования как современное направление развития человека // Научно-методический электронный журнал «Концепт». – 2014. – Т. 26. – С. 176–180.



2. Государственная программа «Образование и развитие инновационной экономики: внедрение современной модели образования в 2009-2012 годы». Режим доступа: [www.hse.ru/data/590/394/1235/program.doc](http://www.hse.ru/data/590/394/1235/program.doc) (дата обращения: 26.03.2017).

3. Павлова, О.В. Информальное образование как социокультурная потребность взрослых / О.В. Павлова // Вестник ЛГУ им. А.С. Пушкина. – 2013. – Вып. № 1. – Т. 3. – С. 78–87.

УДК 37.026

**В.С. Епинина, магистрант**

**С.А. Коробов, канд. экон. наук, доцент**

*г. Волгоград, Волгоградский государственный университет*

## **ПРОБЛЕМЫ ПРИМЕНЕНИЯ QR-КОДОВ В БИЗНЕС-ОБРАЗОВАНИИ**

*Исследование выполнено при финансовой поддержке Благотворительной программы «Стипендиальная программа Владимира Потанина» в рамках проекта «Разработка и применение QR-квестов в менеджмент-образовании».*

Изменения как в институциональной среде, так и в качественном составе делового сообщества обусловили закрепление в качестве гаранта успеха в конкурентной борьбе бизнес-структур уровня профессионализма и подготовленности их персонала. Современная экономика предъявляет все возрастающие требования к профессиональной подготовке управленческих кадров. В связи с этим востребованным становится качественное менеджмент-образование, отвечающее данным условиям [2, с. 43].

Менеджмент-образование играет важную роль в современной экономике, в том числе в развитии предпринимательства. В отличие от периода зарождения и становления рыночных хозяйственных систем, когда бизнес был новым явлением, и управление им осуществлялось интуитивно специалистами из соответствующих отраслей экономики, в настоящее время владельцы бизнеса осознали необходимость профессионального подхода к ведению бизнесом [12, с. 54]. Поэтому современными предприятиями, как правило, управляют специалисты в области менеджмента.

Образование имеет большое значение в решении общегосударственных задач. Одним из главных приоритетов реализации образовательных стандартов высшего образования нового поколения в рамках компетентного (деятельностного) подхода является выработка у студентов общекультурных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций, например:

- способности к абстрактному мышлению, анализу, синтезу;
- готовности действовать в нестандартных ситуациях;
- готовности к саморазвитию, самореализации, использованию творческого потенциала;
- готовности руководить коллективом в сфере своей профессиональной деятельности, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия;
- способности разрабатывать учебные программы и методическое обеспечение управленческих дисциплин, а также применять современные методы и методики в процессе их преподавания, и др. [11].

Одним из требований реализации федеральных государственных образовательных стандартов высшего профессионального образования нового поколения (ФГОС ВО-III) является широкое применение активных методов обучения. Так, при реализации основных образовательных программ бакалавриата не менее 30% аудиторных занятий должны проводиться в интерактивных формах, а при реализации магистерских программ – не менее 50% [5]. В данных условиях в вузе должно быть предусмотрено применение инновационных технологий обучения, развивающих навыки командной работы, межличностной коммуникации, принятия решений, лидерские качества.

Применение инновационных педагогических технологий ориентирует преподавателя на создание таких форм организации учебной деятельности, при которых акцент делается на познавательную активность обучающегося и на формирование системного мышления и способности генерировать свои идеи при решении творческих задач [8, с. 44]. Увеличение разнообразия используемых педагогических технологий становится необходимым требованием и одновременно следствием реализации формирования компетентного специалиста

В условиях информационного общества преподаватель перестает быть единственным носителем знания. Поэтому выбор форм и методов обучения в условиях реализации образовательных стан-

дартов нового поколения обязательно должен быть ориентирован на компетентностный подход, предусматривающий более широкое использование интерактивных методов обучения [6, с. 120], которые обеспечивают высокую степень включенности обучающихся в учебный процесс и являются сегодня одним из критериев качества образовательных программ.

Данные методы предполагают сообучение – коллективное обучение в сотрудничестве. Преподаватель выступает в роли организатора процесса обучения, создателя условий для инициативы обучающихся [9, с. 87]. Кроме того, интерактивное обучение основано на прямом взаимодействии обучающихся со своим опытом и опытом своих друзей (совместная выработка решений, работа по достижению общей цели, обсуждение результатов, взаимное консультирование и оценивание и т.п.) – на основе такого опыта формируются новые знания и умения.

Для комплексного формирования и развития компетенций, предусмотренных целями и задачами конкретной дисциплины, целесообразно организовывать работу обучающихся в подгруппах (командах) как способ повышения уровня интерактивности аудиторных занятий. В этом контексте относительно новым интерактивным методом обучения, применяемым в современных программах высшего образования, является QR-технология. Реализация данной технологии требует специальной организации коллективной работы участников учебного процесса и активизирует их познавательную и творческую деятельность при решении поставленных задач.

QR-технология основана на применении в образовательном процессе QR-квеста – формы внедрения в образование дополненной реальности, представляющей собой интерактивную игру, в которой подсказки и загадки зашифрованы в QR-кодах.

QR-код (англ. quick response – быстрый отклик) – матричный код (двумерный штрихкод), разработанный и представленный японской компанией «Denso-Wave» в 1994 г. [1]. Помимо торговли, производства, логистики, туризма и других областей, в настоящее время он применяется и в образовании.

Традиционно преподаватели считают, что мобильные телефоны, планшеты и другие SMART-средства являются бесполезными устройствами [14, с. 210], содержащими подсказки и шпаргалки, отвлекающими обучающихся от учебы. Вместе с тем использование QR-технологии вносит интерес и удобство в образование, а возможности ее применения в образовании безграничны.

Существуют многочисленные способы использования QR-кодов в образовательном процессе: от проведения игр до создания резюме. Основными возможностями использования QR-кодов в образовании в целом являются следующие:

1. Презентационные материалы. При показе слайдов или видеоматериалов учебной презентации можно обеспечить слушателей раздаточным материалом с QR-кодами для доступа к стенограмме презентации или дополнительным материалам на сайте [10, с. 109]. Можно разместить QR-коды и на самом слайде презентации – пользователи смогут сканировать их с экрана.

2. Экскурсия. Чтобы помочь освоиться в помещении школы/университета и сориентироваться в расположении объектов на карте-схеме помещения указываются QR-коды с пояснениями или QR-коды размещаются в различных местах непосредственно в помещении [7, с. 526]. Могут быть использованы фотографии с QR-кодами на ссылки веб-страниц, указывающих расположение объектов, информирующих о графике работы и т.д.

3. Информационная доска. Можно поместить изображения обложек книг научно-популярной литературы на доске объявлений. QR-коды могут направлять на страницы сайта со списками книг, связанных одной научно-популярной темой, которые регулярно обновляются.

4. Языковая среда. Для создания языковой среды в аудитории можно на предметы в классе прикрепить QR-коды, в которых зашифрованы названия данных предметов.

5. Вопросы и ответы. Обучающиеся могут отвечать на вопросы и создавать свои собственные вопросы и ответы. Подготовить вопросы для соперников и создать QR-код, который содержит ссылки на документ, содержащий ответы – это отличный способ для понимания изученного.

6. Интерактивный рассказ. В QR-код можно зашифровать текст небольшого объема, который можно считать без подключения к интернету. Для творческих занятий это предоставляет немалые возможности.

7. Карты. QR-коды можно легко разместить на картах, например, на карте мира. QR-коды могут содержать информацию о путешествии или краткие сведения о культуре и истории отдельных мест, ссылки на статьи об этом объекте или территории [4, с. 253]. Различные цветные коды могут представлять разные эпохи в истории.

8. QR-квест. Можно использовать QR-коды в обучении, организовав квест-игру – QR-квест (викторина, тематический конкурс). Образовательный QR-квест строится по типу линейного квеста, в

котором командам необходимо в условиях ограничения времени пройти как можно больше станций и ответить на вопросы, зашифрованные с помощью QR-кода. Для прохождения образовательного QR-квеста учебная группа делится на подгруппы (команды) в зависимости от общего количества обучающихся (оптимально по 4-8 человек) [13, с. 179]. Обучающиеся при данном подходе приобретают навыки распределения функций по выполнению общей задачи, выработке совместных решений, взаимопомощи, что является неотъемлемыми составляющими компетенций современного высококвалифицированного специалиста.

Интерактивность QR-технологии проявляется в постоянном взаимодействии субъектов учебной деятельности (обучающихся и преподавателей) посредством прямых и обратных связей, свободного обмена мнениями о способах решения задачи, поставленной в ходе образовательного QR-квеста.

Как правило, образовательный QR-квест строится по типу линейного квеста, в котором командам необходимо в условиях ограничения времени пройти как можно больше станций и ответить на вопросы, зашифрованные с помощью QR-кода. Для прохождения образовательного QR-квеста учебная группа делится на подгруппы (команды) в зависимости от общего количества обучающихся (оптимально по 4-8 человек). Формирование команд может осуществляться:

- по желанию самих участников квеста (в зависимости от личностных качеств обучающихся, а также групповых феноменов, таких как дружба, вражда, конкуренция и др.);
- по усмотрению преподавателя;
- случайным образом (например, посредством жеребьевки).

Необходимо отметить, что формирование команд последними двумя способами является наиболее желательным, поскольку участникам необходимо «сработаться», что приближает учебную обстановку к реальным жизненным ситуациям.

Для проведения образовательного QR-квеста необходимы:

1. Планшет (ноутбук, нетбук, мобильный телефон) с установленной на нем программой декодером и с презентацией для фотоотметок.
2. Карта, с указанными на ней станциями – в названии станции может быть просто порядковый номер, а может быть отражена принадлежность к той или иной теме занятия или предметной области, если образовательный QR-квест является междисциплинарным.
3. Задания станций (QR-коды).
4. Рабочий лист для записи ответов (табл. 1).

Вначале необходимо проведение вводного инструктажа, в ходе которого будут объяснены правила соревнования, правила работы с декодером и вебкамерой, правила фотографирования, а также осуществлены пробные раскодирование и фотографирование.

Таблица 1

**Рабочий лист для ответов**

Название команды		
№ станции	Ответ	Баллы
1. «Название»		
2. «Название»		
...		
N. «Название»		
Итого:		

Чтобы команды не мешали друг другу при прохождении маршрута, первые станции, с которых начинается образовательный QR-квест, у всех команд различны, а далее команды проходят точки-станции по порядку. Время образовательного QR-квеста обычно ограничено 2 академическими часами (1 парой), за которые команды должны выполнить как можно больше заданий (т.е. пройти как можно больше точек-станций). На каждой станции команде необходимо считать QR-код, ответить на вопрос и занести ответ в рабочий лист, а также сделать фотоотметку (фото группы на фоне станции) и поместить ее на соответствующий слайд презентации.

В упрощенном виде система оценивания может быть представлена следующим образом:

- за каждую пройденную станцию начисляется 1 балл (при условии наличия фотоотметки);
- за правильный ответ – от 1 до 2 баллов;
- за неправильный ответ – 0 баллов;
- за отсутствие ответа (при условии прохождения данной станции) – штраф 1 балл;
- за опоздание на финиш – штраф 1 балл за каждый 5 минут опоздания.

Оценка результатов выполненных заданий образовательного QR-квеста с учетом коллективной и индивидуальной составляющих может осуществляться с использованием формы, представленной в табл. 2.

Таблица 2

Форма оценки результатов работы команд						
Состав команд	Оценка активности, баллы				Итого (гр. 4+гр. 5)	Примечание
	Работа команд	КТУ	Работа в команде (гр. 2*гр. 3)	Прочее		
1	2	3	4	5		
Команда № 1						
1.						
2.						
...						
Команда № 2						
...						

*Примечание:* КТУ – коэффициент трудового участия, выставляемый с учетом мнения членов команды.

Опыт организации QR-квестов в учебном процессе кафедры менеджмента Волгоградского государственного университета показывает, что студенты при данном подходе приобретают навыки распределения функций по выполнению общей задачи, выработке совместных решений, взаимопомощи, что является неотъемлемыми составляющими компетенций современного высококвалифицированного специалиста [15, с. 89]. Применение QR-технологии как неотъемлемой и существенной составляющей современных образовательных технологий требует наличия специальных знаний и практических подходов у организаторов учебного процесса. В связи с этим возникает объективная необходимость повышения квалификации профессорско-преподавательского состава в области применения данной интерактивной образовательной технологии аудиторной работы с обменом опытом.

В настоящий момент наиболее остро стоит проблема повышения квалификации преподавателей в области информационно-коммуникационных технологий, затрудняющая их восприимчивость к современным педагогическим технологиям [3, с. 254]. С целью содействия эффективному распространению образовательной практики применения QR-квестов в менеджмент-образовании необходимо не только проведение вебинаров и мастер-классов, но и, прежде всего, адекватное непрерывное повышение уровня информационно-коммуникационной грамотности преподавателей (в т.ч. для освоения технологических приемов «мобильной» работы с информационными объектами, представленными в виде QR-кодов; развития практических навыков установки программного обеспечения для мобильных гаджетов), уровня профессионально-педагогической готовности преподавателей к успешной работе в условиях масштабной модернизации отечественного образования, уровня инновационной насыщенности образовательной среды вузов.

Таким образом, в условиях компетентного подхода возрастает роль образовательных технологий аудиторной работы, основанных на использовании активных и интерактивных методов обучения. Использование QR-технологии в условиях реализации образовательных стандартов нового поколения обеспечивает существенное приближение учебного процесса к практической профессиональной деятельности при высокой степени мотивации и активности обучающихся, что способствует лучшему усвоению ими изученного материала и повышает результативность учебного процесса в целом. Прохождение образовательных QR-квестов активизирует мышление обучающихся, развивает познавательную и творческую деятельность, позволяет формировать и оценивать профессиональные компетенции, особенно в части организации и выполнения коллективной работы.

#### Литература

1. QR-код // Википедия. – Режим доступа: <https://ru.wikipedia.org/wiki/QR-код>
2. Епинина В.С. Особенности современного этапа развития бизнес-образования в России / В.С. Епинина // Грани познания. – 2016. – № 2. – С. 43–50.
3. Епинина В.С. Особенности внедрения QR-технологии в образовательный процесс / В.С. Епинина, С.А. Коробов, Е.Ю. Марусинина // Актуальные проблемы развития вертикальной интеграции системы образования, науки и бизнеса: экономические, правовые и социальные аспекты: материалы V международной научно-практической конференции. – Воронеж: Изд-во ВЭПИ, 2016. – С. 251–256.
4. Епинина В.С. Использование QR-кодов в образовании / В.С. Епинина, Е.Ю. Марусинина, Е.Г. Новосельцева // Особенности государственного регулирования внешнеторговой деятельности в современных условиях: материалы III всероссийской научно-практической конференции: в 2 частях / Российская таможенная академия, Ростовский филиал. – 2016. – С. 248–254.

5. Зарукина Е.В. Активные и интерактивные методы обучения / Е.В. Зарукина. – Режим доступа: [http://unecon.ru/sites/default/files/tema\\_3.pdf](http://unecon.ru/sites/default/files/tema_3.pdf)
6. Кайль Я.Я. Средства государственного регулирования и поддержки процессов модернизации бизнес-образования / Я.Я. Кайль, В.С. Епинина // Предпринимательство: перспективы, приоритеты и ограничения: сборник научных трудов по материалам I международной научно-практической конференции. – Нижний Новгород: НОО «Профессиональная наука», 2016. – С. 119–127.
7. Кайль Я.Я. Особенности инновационного подхода в российском бизнес-образовании / Я.Я. Кайль, Р.М. Ламзин, В.С. Епинина // Теория и практика современной науки. – 2016. – № 2. – С. 521–528.
8. Кайль Я.Я. Применение инновационных педагогических технологий в бизнес-образовании России / Я.Я. Кайль, Р.М. Ламзин, В.С. Епинина // Теория и методика современного учебно-воспитательного процесса: сборник научных трудов по материалам I Международной научно-практической конференции (25 февраля 2016 г.). – Нижний Новгород: НОО «Профессиональная наука», 2016. – С. 44–51.
9. Мизринь Л.А. Современные образовательные технологии в вузе / Л.А. Мизринь, Н.Н. Быкова, Е.В. Зарукина. – СПб.: Изд-во СПбГЭУ, 2015. – 169 с.
10. Одилова З.О. Анализ современных методов обучения в вузе / З.О. Одилова, С.А. Коробов // Образование и наука в современных условиях. – 2015. – № 2. – С. 108–111.
11. Приказ Минобрнауки России от 30.03.2015 № 322 «Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент (уровень магистратуры)» // СПС Консультант плюс.
12. Пшеничников И.В. Повышение инновационного потенциала организации с использованием ключевых компетенций / И.В. Пшеничников, Г.С. Мерзликина, О.С. Полина // Известия Волгоградского государственного технического университета. – 2016. – № 7. – С. 54–56.
13. Шиврина Т.Б. Использование деловых игр при подготовке экономистов-менеджеров / Т.Б. Шиврина, Т.В. Байбакова // Казанская наука. – 2010. – № 3. – С. 175–180.
14. Шулепов В.И. Методические подходы к формированию цены образовательных услуг высших учебных заведений / В.И. Шулепов, Н.Г. Акцораева // Ученые записки Российской Академии предпринимательства. 2010. – № 22. – С. 209–215.
15. Korobov S.A. Implementation of QR-technology in academic process of management-education / S.A. Korobov, V.S. Epinina, A.A. Aslanjan // European Journal of Natural History. – 2016. – № 5. – С. 88–90.

УДК 338.001.36

*Л.А. Замаратский, студент*

*Научный руководитель: С.Н. Любяченко, канд. экон. наук, доцент  
г. Новосибирск, Новосибирский государственный университет экономики и управления*

## **АНАЛИЗ ПРЕДЛОЖЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОГО ОБРАЗОВАНИЯ В ГОСУДАРСТВЕННЫХ ВЫСШИХ УЧЕБНЫХ ЗАВЕДЕНИЯХ НОВОСИБИРСКОЙ ОБЛАСТИ**

На территории Новосибирской области действуют 38 государственных и негосударственных образовательных организаций высшего образования (с филиалами) из них: 15 – государственных вузов федерального подчинения; 6 – филиалов государственных вузов федерального подчинения; 1 – государственный вуз областного подчинения; 10 – негосударственных вузов; 6 – филиалов негосударственных вузов [6].

С экономической точки зрения рынок образовательных услуг Новосибирской области является олигополией. К числу так называемых экономических барьеров входа на данный рынок можно отнести:

- необходимость получения лицензии на право ведения образовательной деятельности и свидетельства о государственной аккредитации;
- покупку дорогостоящего оборудования, используемого в образовательном процессе;
- подбор компетентного профессорско-преподавательского состава для обеспечения целей образовательного процесса;
- необходимость конкуренции с учреждениями, имеющими большой опыт работы.

По данным федерального портала «Российское образование» (<http://www.edu.ru>) на март 2017 года, в г. Новосибирске действует 10 государственных образовательных организаций высшего образования, предлагающих обучение по программам подготовки бакалавров по направлению 38.03.01 «Экономика» (очная форма обучения) в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования.

Рассмотрим основные показатели приема на обучение по образовательной программе подготовки бакалавров «Экономика» по очной форме обучения в высших учебных заведениях, расположенных на территории Новосибирской области.

В условиях начала приемной кампании 2017 года отметим необходимые для абитуриента показатели, к которым относятся:

- число мест в рамках контрольных цифр приема (КЦП) (бюджет);
- число мест по договорам об оказании платных образовательных услуг (внебюджет);
- вступительные испытания;
- минимальное количество баллов по каждому вступительному испытанию.

Основываясь на данных, представленных на официальных сайтах образовательных организаций в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», составим сравнительную таблицу по ряду определенных ранее показателей.

Таблица 1

**Число бюджетных и внебюджетных мест по направлению «Экономика» в 2017 году**

Наименование образовательной организации	Число мест	
	в рамках КЦП (бюджет)	по договорам (внебюджет)
Новосибирский государственный аграрный университет	0	75
Новосибирский государственный архитектурно-строительный университет (Сибстрин)	0	50
Новосибирский государственный педагогический университет	0	25
Новосибирский государственный технический университет	0	110
Новосибирский государственный университет экономики и управления «НИНХ»	20	250
Новосибирский национальный исследовательский государственный университет	40	47
Сибирский государственный университет водного транспорта	0	40
Сибирский государственный университет путей сообщения	0	385
Сибирский государственный университет телекоммуникаций и информатики	0	50
Сибирский институт управления – филиал Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации	17	58
<b>ВСЕГО</b>	<b>77</b>	<b>1090</b>

Основываясь на данных таблицы 1, число бюджетных мест по направлению «Экономика» в государственных образовательных организациях высшего образования, расположенных на территории Новосибирской области, в 2017 году равно 77, тогда как число внебюджетных мест превышает его более, чем в 14 раз, и равно 1090. Бюджетные места предлагают всего три вуза – профильный экономический «НГУЭУ», национальный исследовательский университет «НГУ», филиал РАНХиГС – Сибирский институт управления.

Как видно, абитуриентов, желающих поступить на экономические специальности в предстоящем учебном году, ждет очень большой конкурс. Для сравнения приведем «проходные» баллы по конкурсу прошлого года в вышеуказанных вузах.

Таблица 2

**Динамика числа бюджетных мест**

ВУЗ	Число бюджетных мест		Проходной балл в 2016 г.
	2016 г.	2017 г.	
НГУЭУ	35	20	243
НГУ	40	40	244
СИУ РАНХиГС	10	17	227
<b>ВСЕГО</b>	<b>85</b>	<b>77</b>	<b>Средний проходной балл – 238</b>

Так, в НГУ число бюджетных мест осталось неизменным, в НГУЭУ – сократилось на 15, в СИУ РАНХиГС – увеличилось на 7. Общая динамика – отрицательная: число бюджетных мест по направлению «Экономика» в вузах г. Новосибирска снизилось на 9% (7 мест).

Стоит отметить, что общее число выпускников в Новосибирской области также снизилось с 13,5 тысяч человек в 2016 году до 12,9 человек в 2017 году, однако в процентном соотношении это число составляет около 4% [3].

Общая тенденция уменьшения числа бюджетных мест на экономические и юридические специальности явно прослеживается в приведенных статистических данных. Несмотря на то, что установленные вузами минимальные баллы по вступительным экзаменам ненамного превышают установленный Федеральной службой по надзору в сфере образования и науки минимум, реальный уровень подготовки абитуриентов должен быть на порядок выше. Средний проходной балл сегодняшнего

первокурсника-бюджетника набора 2016 года составляет около 80 (из 100 возможных) баллов по каждому из трех вступительных экзаменов.

Без преувеличения, экономические факультеты новосибирских вузов получают одних из самых лучших выпускников, однако для этого помимо официального объявления о наличии бюджетных мест необходимо и грамотное позиционирование в региональном образовательном пространстве. Благодаря возможности дистанционной подачи документов в приемные комиссии всех вузов страны, привязка абитуриентов к региону проживания практически сведена к нулю. Именно поэтому имиджевая политика вуза включает в себя все компоненты: от приветливости технических секретарей приемной комиссии до возможности прохождения студентами практик в ведущих отраслевых компаниях и организациях.

Однако предварительное размещение данных о столь низком числе бюджетных мест все же может являться сдерживающим фактором для абитуриентов. Разобравшись в статистике, «средний» одиннадцатиклассник может отдать предпочтение той специальности, конкурс прошлых лет на которую был меньше, побоявшись остаться без бюджетного места. Именно поэтому сегодня, как никогда, необходимо уделять больше внимания вопросам профориентации школьников. Конкурентная экономическая среда рынка высшего образования заставляет задумываться сегодняшних выпускников о выборе специальности намного раньше, чем будет дан старт приемной кампании. Выбор специальности должен быть осознанным, в связи с чем необходимо:

- усилить работу выпускников с психологами в рамках часов профориентации;
- организовать работу вузов со школами по проведению экскурсий и иных курсов специальной направленности.

Вне всякого сомнения, главным ресурсом каждого выпускника являются знания, предъявляя которые на итоговых оценочных процедурах, он становится потенциальным потребителем услуг высшего образования. Важно, чтобы во время каждой приемной кампании проходил выгодный взаимобмен выпускников с вузом, где с одной стороны предъявляются высокие результаты и желание учиться, а с другой стороны – качественное образование и желание научить.

#### Литература

1. Абитуриенту [Электронный ресурс] // Новосибирский государственный аграрный университет. URL: <http://nsau.edu.ru/entrant/> (дата обращения: 01.03.2017).
2. Абитуриенту-2017 [Электронный ресурс] // Новосибирский государственный университет. URL: <http://www.nsu.ru/faac1610efcc3c350c30d33ce2448484> (дата обращения: 01.03.2017).
3. Более 13,5 тысяч новосибирских выпускников сдают ЕГЭ по русскому языку [Электронный ресурс] // Официальный информационный портал ЕГЭ. URL: [http://ege.edu.ru/ru/mobile/main/news/index.php?id\\_4=21893&from\\_4=85/](http://ege.edu.ru/ru/mobile/main/news/index.php?id_4=21893&from_4=85/) (дата обращения: 01.03.2017).
4. Количество мест для приема на обучение в СибГУТИ и филиалы (бюджет, внебюджет) [Электронный ресурс] // Сибирский государственный университет телекоммуникаций и информатики. URL: <https://www.sibsutis.ru/applicants/priem-2017.php/> (дата обращения: 01.03.2017).
5. Набор 2017 [Электронный ресурс] // Новосибирский государственный педагогический университет. URL: [https://www.nspu.ru/entrant/Nabor\\_2017/index.php/](https://www.nspu.ru/entrant/Nabor_2017/index.php/) (дата обращения: 01.03.2017).
6. Научно-технический и инновационный потенциал Новосибирской области [Электронный ресурс] // Правительство Новосибирской области. URL: <https://www.nso.ru/page/2270/> (дата обращения: 01.03.2017).
7. План набора [Электронный ресурс] // Сибирский государственный университет водного транспорта. URL: <http://www.ssuwt.ru/abiturient/2017/plan-nabora/> (дата обращения: 01.03.2017).
8. План набора [Электронный ресурс] // Сибирский институт управления – филиал РАНХиГС. URL: <http://siu.ranepa.ru/Abitur/?Page=188/> (дата обращения: 01.03.2017).
9. План набора 2017 [Электронный ресурс] // Новосибирский государственный технический университет. URL: <http://www.nstu.ru/enrollee/plan/> (дата обращения: 01.03.2017).
10. Поступающему. Бакалавриат [Электронный ресурс] // Новосибирский государственный университет экономики и управления. URL: <https://nsuem.ru/entrance/bachelor/b-plan/> (дата обращения: 01.03.2017).
11. Поступающим в СГУПС [Электронный ресурс] // Сибирский государственный университет путей сообщения. URL: <http://www.stu.ru/abiturient/> (дата обращения: 01.03.2017).
12. Приемная комиссия [Электронный ресурс] // Новосибирский государственный архитектурно-строительный университет. URL: [http://www.sibstrin.ru/entrant/pr\\_kom/](http://www.sibstrin.ru/entrant/pr_kom/) (дата обращения: 01.03.2017).

## СОЗДАНИЕ ОБЪЕКТОВ ИНФРАСТРУКТУРЫ В ЦЕЛЯХ КАЧЕСТВЕННОЙ ПОДГОТОВКИ КАДРОВ ДЛЯ СОВРЕМЕННОЙ ЭКОНОМИКИ

Будущее развитие мировой экономики в настоящее время, где доминирующее положение занимает воспроизводство и передача знаний, зависит от сферы услуг, образования, науки. На территории Российской Федерации природные ресурсы составляют 40%, основные производственные фонды находятся на отметке 10%, а человеческий капитал составляет 50% (рис. 1).

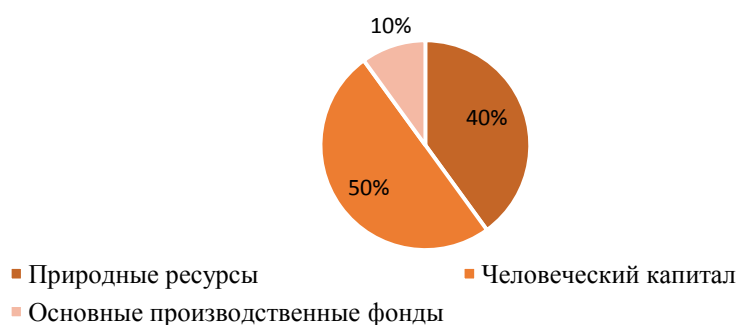


Рис. 1. Структура человеческого и физического капитала России

Следовательно, человеческий капитал предопределяет перспективы развития и повышения экономического роста, а также обеспечения экономической безопасности страны. Заинтересованность общества в приобретении знаний усиливается, а значит, система образования воспринимается как основа производства человеческого капитала.

Взаимосвязь экономики и образования показывает, что уровень обучения зависит от состояния экономических показателей страны. Соответственно, то, на каком уровне находится развитие экономики, непосредственно отражается на развитии и качестве образования.

За последнее время, учитывая кризисное состояние экономики России, система образования подверглась многочисленным преобразованиям. По данным Росстата и Минобрнауки России [1], число организаций, занимающихся общеобразовательной деятельностью, в 2016 году сократилось до 42 тыс., это на 2 тыс. меньше, чем в 2015 году (рис. 2).

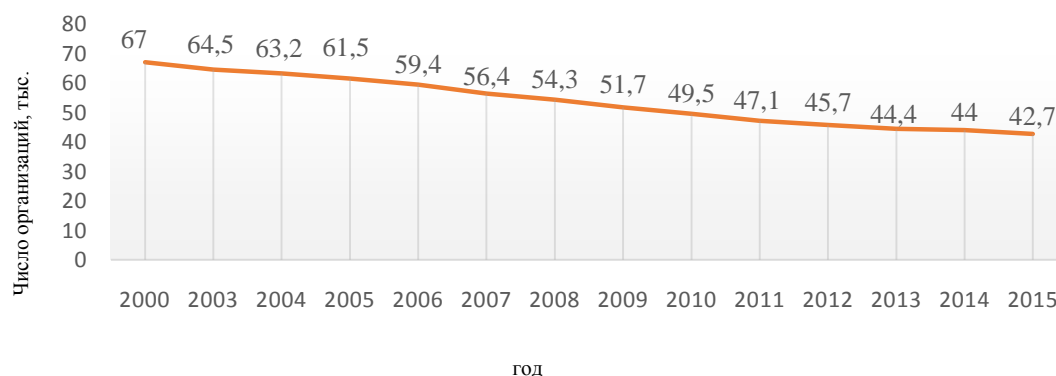


Рис. 2. Изменение количества общеобразовательных организаций в период с 2000 по 2015 год

Подготовка квалифицированных кадров для экономики – важнейшая задача современного мира. Роль в обеспечении условий для эффективного развития российского образования ложиться на плечи государства. Именно средства государственного бюджета составляют основную массу расходов на образование.



На сегодняшний день сфера образования регламентируется важнейшими законодательными документами:

1) «Конвенция о правах ребенка» (одобрена Генеральной Ассамблеей ООН 20.11.1989; вступила в силу для СССР 15.09.1990);

2) Федеральный закон от 29.12.2012 № 273-ФЗ (ред. от 19.12.2016 г.) «Об образовании в Российской Федерации»;

3) Федеральный закон от 24.11.1995 № 181-ФЗ (ред. от 7.03. 2017 г.) «О социальной защите инвалидов в Российской Федерации»;

4) Постановление Правительства РФ от 23.05.2015 № 497 (ред. от 2.02.2017 г.) «О Федеральной целевой программе развития образования на 2016–2020 годы»;

5) Постановление Правительства РФ от 01.12.2015 N 1297 (ред. от 24.01.2017 г.) «Об утверждении государственной программы Российской Федерации «Доступная среда» на 2011–2020 годы».

Согласно Постановлению Правительства «О Федеральной целевой программе развития образования на 2016–2020 годы», одной из весомых задач является создание инфраструктуры, которая обеспечит необходимые условия для осуществления подготовки квалифицированных кадров во исполнение повышения уровня развития современной экономики.

Объем финансирования мероприятий по созданию и развитию инфраструктуры на 2016–2020 годы за счет средств Федерального бюджета составит 65937,4 млн рублей.

В рамках предполагается создание и развитие инфраструктуры, обеспечивающей доступность образования независимо от места проживания обучающихся, повышение конкурентоспособности российского образования, обновление кадрового потенциала преподавательского и административного состава, обеспечение реализации индивидуальных траекторий обучающихся и их участия в территориально – распределенных сетевых образовательных программах, социальную ориентированность мероприятий, связанных с обеспеченностью доступа детей с ограниченными возможностями здоровья или детей и молодежи из социально слабозащищенных групп населения к получению общего, профессионального и дополнительного образования, в том числе в образовательных организациях, расположенных в различных субъектах Российской Федерации [2].

За период с 2016 по 2017 год (первый этап реализации Программы) планируется завершение строительства объектов, начатых и незавершенных до настоящего времени в рамках Федеральной целевой программы развития образования на 2011–2015 годы [3]. С начала реализации Программы закончено строительство 25 незавершенных объектов, возведение и реконструкции не менее 195 000 кв. м. площадей, предназначенных для проведения учебной деятельности, обеспечены 25 000 мест в общежитиях для студентов, в 9 объектах Всероссийского детского центра «Океан» уже осуществляется дополнительное образование детей.

Второй этап Программы заключается в продолжении строительства объектов социальной, учебно-лабораторной, физкультурно-спортивной, хозяйственной и коммунальной инфраструктуры образовательных организаций; восполнении дефицита мест в общежитиях для иногородних студентов с учетом финансирования строительства новых общежитий.

При этом в качестве приоритетных рассматриваются объекты ведущих вузов различной ведомственной принадлежности (федеральные университеты, национальные исследовательские университеты, системообразующие для экономики отрасли или региона), объекты, находящиеся в аварийном состоянии, а также объекты, в отношении которых имеются поручения Президента Российской Федерации и Правительства Российской Федерации.

Целесообразно создание площадок и их оснащение для обмена идеями, результатами инновационной деятельности между студентами, трансляции накопленного ими инновационного опыта.

Таким образом, в целях подготовки квалифицированных кадров для современной экономики по материально-техническому оснащению необходимы следующие условия: работоспособное и исправное техническое состояние учебных, учебно-лабораторных, физкультурно-спортивных зданий и сооружений, а также других специализированных помещений; наличие современного необходимого для учебного процесса оборудования; доступность среды для обучения детей с ограниченными возможностями.

Взаимосвязь образовательной и экономической системы – мощный инструмент поддержания состояния стабильного экономического роста и обеспечения экономической безопасности. Государственная поддержка при создании инфраструктуры, участвующей в подготовке квалифицированных кадров для современной экономики, обеспечивает нормальное функционирование и развитие системы образования.

## Литература

1. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики. URL: <http://www.gks.ru>.
2. Постановление Правительства РФ от 23.05.2015 N 497 (ред. от 2.02.2017 г.) «О Федеральной целевой программе развития образования на 2016-2020 годы».
3. Постановление Правительства РФ от 07.02.2011 N 61 «О Федеральной целевой программе развития образования на 2011-2015 годы» (недействующая редакция).

УДК 378:332

**А.В. Исаков, студент**

*Научный руководитель: Д.А. Кузнецова, ст. преподаватель*

*г. Екатеринбург, Уральский федеральный университет им. первого Президента России Б.Н. Ельцина*

## ПРЕИМУЩЕСТВА И ПЕРСПЕКТИВЫ ПОЛУЧЕНИЯ ВЫСШЕГО ЭКОНОМИЧЕСКОГО ОБРАЗОВАНИЯ В СВЕРДЛОВСКОЙ ОБЛАСТИ

В настоящее время система образования претерпевает существенные изменения. Заочная форма обучения преобладает над очной по количеству студентов, контрактная форма предоставления образовательных услуг доминирует над бюджетной по количеству направлений и ВУЗов. Возрастает острая потребность в высококвалифицированных специалистах технического профиля, и, одновременно, недовольство против обладателей дипломов о гуманитарном образовании. И действительно, гуманитарное образование имеет ряд преимуществ над техническим: оно доступнее, проще, иногда престижнее и, в крайнем случае, интереснее. Также немаловажен тот факт, что лиц с техническим складом интеллекта в России действительно меньше, чем тех, кто способен метафизически созерцать.

Однако именно в данном противостоянии рождается резонный вопрос: кто же такой экономист? Гуманитарий или «технар»? С одной стороны, для понимания и усвоения экономических процессов, касающихся политики, макроэкономики и технологий управления проектами, это, безусловно, должен быть глубоко мыслящий индивидуум, способный взглянуть на мир, предприятие и подчиненных с точки зрения социологии, психологии и педагогики, увидеть то, что не «лежит на поверхности». Но с другой стороны, такие обязательные дисциплины, как финансовый анализ, финансовые рынки и инвестиции предполагают способность и некоторое пристрастие к числовой информации. Следовательно, настоящим экономистом стать способен не каждый, эта профессия несет в себе уникальность. В чем же заключается преимущество данного карьерного направления? И каким образом экономист-профессионал имеет возможность повлиять на социально-экономическое положение региона? Данные вопросы были сформулированы автором как ключевые в данном исследовании. Предметом исследования является профессия экономист и ее вклад в развитие общества. Объектом – текущая конъюнктура рынка образовательных услуг по предоставлению экономического образования в Свердловской области.

Для начала необходимо обозначить количество высших учебных заведений с возможностью обучения по экономическому направлению в регионе, для этого автором была сформирована таблица 1.

Таблица 1

**Количество ВУЗов Свердловской области, осуществляющих подготовку  
по экономическим направлениям [2]**

Муниципальное образование	Количество ВУЗов		
	государственные	частные	всего
Екатеринбург	13	19	32
Алапаевск	1	-	1
Березовский	1	-	1
Верхняя Салда	1	-	1
Заречный	1	-	1
Ирбит	1	-	1
Каменск-Уральский	3	-	2
Красногурьевск	1	-	1
Красноуральск	1	-	1
Лесной	1	1	2
Невьянск	1	-	1

Нижний Тагил	4	1	5
Нижняя Тура	1	-	1
Новоуральск	1	-	1
Первоуральск	1	-	1
Серов	1	-	1
Среднеуральск	1	-	1
<b>Итого:</b>	<b>34</b>	<b>21</b>	<b>45</b>

Основные образовательные учреждения с наличием экономического направления сосредоточены в столице Урала – Екатеринбурге, в котором существует возможность выбирать среди 32-х вариантов, что, по мнению автора, является излишним. Столь чрезмерный объем предложения на рынке образовательных услуг снижает ценность каждой трудовой единицы, создает безработицу, однако стимулирует преподавателей готовить высококлассных профессионалов, а студентов – стремиться к познанию дисциплин. Также примечателен тот факт, что в 11 городах Свердловской области расположены филиалы крупнейшего регионального Уральского федерального университета имени первого Президента РФ Б.Н. Ельцина, в том числе, в 9 из них УрФУ является единственным ВУЗом в городе. Данный факт позволяет говорить о том, что высшее образование в городах области не развито, большая часть выпускников школ почти не имеет альтернатив в продолжении среднего образования.

Далее, автором было предложено выявить наиболее престижные и интересные перспективы дальнейшего трудоустройства (табл. 2).

Таблица 2

**Карьерные перспективы выпускников-экономистов в Свердловской области<sup>1</sup>**

Сфера/направление	Перспективы трудоустройства	
	бакалавр	магистр (в дальнейшем)
банковский сектор	кредитный менеджер ведущий экономист заместитель начальника отдела начальник отдела кредитования/ обслуживания/ операций коммерческого банка	начальник департамента заместитель директора управляющий директор банка
государственные исполнительные органы власти	ведущий специалист главный специалист заместитель начальника отдела в Министерстве финансов/ экономики/ инвестиций и развития Свердловской области	начальник отдела директор департамента заместитель министра министр финансов/ экономики/ инвестиций и развития Свердловской области
государственные финансовые и статистические органы	ведущий специалист главный специалист заместитель начальника отдела налоговой инспекции/ службы статистики	начальник отдела заместитель руководителя руководитель налоговой инспекции/службы статистики
страховые компании	страховой агент/ ведущий андеррайтер/ заместитель начальника отдела/ начальник отдела страховой компании	начальник департамента/ заместитель директора, управляющий директор страховой компании
инвестиционные фонды	финансовый аналитик начальник отдела аналитики	начальник департамента заместитель директора фонда управляющий директор фонда
промышленные предприятия	экономист по труду/бухгалтер/финансовый менеджер/логист заместитель начальника планового/ финансового отдела/ отдела сбыта/ главного бухгалтера	начальник планового/ финансового отдела/ отдела сбыта/ главного бухгалтера финансовый директор/заместитель генерального директора по экономике и финансам генеральный директор
преподавательская деятельность	ассистент/лаборант кафедры	старший преподаватель кафедры
предпринимательская деятельность	безграничны	безграничны

Таким образом, выпускники с высшим экономическим образованием имеют широкий спектр интересных и престижных возможностей для профессионального роста. Но дело в том, что не все дипломированные экономисты знают о своих возможностях. Основная проблема заключается в неведе-

<sup>1</sup> Составлено автором самостоятельно

нии и отсутствии жизненного опыта. Большинство из них твердо убеждены в том, что их знания могут быть востребованы лишь в банковском и страховом секторе экономики, даже не подозревая о том, что могли бы себя попробовать также и на чиновничьих должностях, где их аналитические способности могли бы оказаться очень кстати, на предприятиях разного рода промышленности, где они бы могли приобрести интереснейший опыт, а также в управляющих инвестиционных фондах. При этом, исходя из личного опыта автора, про существование именно инвестиционных фондов знают лишь очень немногие студенты и выпускники.

Преимущество получения высшего экономического образования заключается в том, что оно несет в себе исключительно практическую полезность. Среди преимуществ автором были выделены следующие две группы:

#### 1. Субъективное

Если инженер, электрик или программист изучает профильные дисциплины для того, чтобы в последствие внести свою лепту в процесс производства предприятия, обеспечить бесперебойное электроснабжение население или облегчить доступ к информации другим людям, то экономист/финансист учится для того, чтобы знать, как наиболее выгодно для себя использовать любую ситуацию. Это могут быть конъюнктурные, отраслевые, внешнеполитические изменения либо изменения в финансовой политике государства, банковской системе. В любом случае толковый экономист всегда будет иметь в виду, что с этим делать и как использовать – таков «экономический образ мышления» [4, с. 233]. Что касается инженеров, то они и далее будут продолжать работать на заводах и фабриках, получая определенную плату за свой труд. Однако это отнюдь не дискриминирует технические профессии, ведь все они по-своему полезны и интересны. И это также не означает общественную бесполезность профессии экономиста, поэтому целесообразно перейти ко второй группе преимуществ.

#### 2. Глобальное

Именно по тому, как экономист может анализировать происходящие процессы, можно судить не только о его субъективной полезности, но и распространении этой пользы другим. Экономика предполагает собой совокупность отраслей народного хозяйства страны, такова основная формулировка данного термина. Соответственно, экономическая наука учит человека проникновению в суть каждой отрасли производства, анализировать его положение, строить прогнозы, ведь, по факту, обменно-распределительные отношения существуют во всех сферах экономики государства. Следовательно, высокообразованный и, что немаловажно, настоящий экономист способен управлять целым государством, регионом, городом, именно потому, что он имеет способность видеть и понимать все происходящие процессы в жизни общества. Безусловно, такие специалисты, как физики, химики и астрономы, тоже способны видеть жизненные процессы, причем даже более жизнеобеспечивающие, но у экономиста взгляд на жизнь более приземленный и, в то же время, глобальный. И действительно, если обратить внимание на состав Правительства Российской Федерации, то подавляющее большинство из них имеют профильное экономическое либо юридическое образование. Президент Российской Федерации В.В. Путин – юрист и кандидат экономических наук. Что касается Свердловской области, то ситуация не сильно отличается – подавляющее большинство министров и депутатов имеют высшее экономическое образование [3].

И, отвечая на обозначенный в начале исследования вопрос, автор отвечает: экономист-профессионал способен повлиять на социально-экономическое положение региона. А именно:

- в составе исполнительных органов власти развивать положение отраслей региона, оптимизировать финансирование каждой из них, модернизировать и продвигать инновации;
- в составе правления коммерческого банка осуществлять благоприятную кредитно-депозитную политику для населения;
- в составе топ-менеджмента предприятия выводить его функционирование на новый уровень, совершенствуя предложение на рынке товаров и услуг в регионе, привлекая зарубежных инвесторов и, тем самым, инвестиции в регион;

Также, имея все необходимые знания и умения, экономисты имеют возможность заниматься собственным бизнесом, что поспособствует развитию предпринимательства и улучшению предложения на рынке.

Безусловно, выпускники технического профиля, среди которых часто находятся настоящие таланты управления и бизнеса, также имеют возможность осуществить все вышеперечисленные пункты, однако в данной статье речь идет не о талантах, которыми рождаются, а о профессионалах, которыми становятся в процессе обучения по направлению «Экономика и управление», «Финансы и кредит» и т.д.

Таким образом, экономическое образование крайне важно как для личного развития человека, так и для общества, а, в частности, региона. В Свердловской области рынок образовательных услуг по данному направлению не только развит, но и перенасыщен, хоть в небольших городах и наблюдается недостаток. Выпускники данной специальности имеют широкие перспективы трудоустройства, осуществляя свою профессиональную деятельность во многих секторах и отраслях экономики. По мнению автора, именно экономисты оказывают влияние на развитие региона, принимая решения на уровнях верховной региональной власти, в составе топ-менеджмента предприятий и банков, инвестиционных фондов. Экономисты приобретают нестандартный и глубокий взгляд на происходящие процессы и способны принести пользу любому институту, а также себе лично.

В заключение, автор хотел бы добавить, что профессия экономиста требует большой заинтересованности обучающегося в происходящем: в экономике промышленности и медицины, в науке и технике, финансовых рынках и инвестициях, а также во многом другом. Настоящий экономист должен иметь четкое представление обо всем происходящем, знать каждый механизм и определять дальнейшие решения и перспективы. Только при таких условиях он становится большим профессионалом в своей деятельности, приобретает способность взглянуть на жизнь с иного ракурса и принести значимую пользу себе, своим близким и государству.

#### Литература

1. Регионы России. Социально-экономические показатели. 2016: Стат. сб. / Росстат. – М., 2016. – С. 394–410.
2. Российское образование: федеральный портал. Регион: Свердловская область [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.edu.ru>
3. Официальный сайт Правительства Свердловской области [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.midural.ru>
4. Хейне П. Экономический образ мышления / пер. с англ. Издание второе, стереотипное. – М.: Изд-во «Дело»; Изд-во «Catallaxy», 1992. – 704 с., ил.

УДК 330.34

**Н.Н. Калашикова, студент**  
**И.А. Дикарева, ст. преподаватель**

*г. Краснодар, Кубанский государственный аграрный университет им. И.Т. Трубилина*

### КРЕАТИВНЫЕ МЕТОДЫ РАЗРАБОТКИ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ЗАДАЧ

Креативность и творчество – неотъемлемые компоненты в составлении стратегий компаний в различных сферах деятельности, которые настроены не только на сам процесс разработки, но и на достижения идеального конечного результата. Важный момент, поскольку для творчества важно наличие навыков, а для креативности – еще и способность посмотреть на привычные вещи под необычным углом.

В современном меняющемся мире креативность – не только панацея от сложившихся проблем, но и рутинная работа со своими методами, правилами и приемами.

Различные креативные методы позволяют анализировать данные, тренды, взаимосвязи между ними при этом позволяют определить новые смысловые связи или заменить старые. Выпуск новых продуктов, создание новых рынков, переход к новым технологиям, требуют использование креативных решений.

Существует ряд методов креативного принятия решений. Некоторые требуют использовать широкий спектр альтернатив, тем самым увеличивая вероятность принятия действительно нового решения, другие, наоборот, не признают перебора вариантов и говорят об определенном алгоритме действий, который позволит в итоге прийти к результату.

Однозначно, расширение кругозора плодотворно влияет на навыки креативного мышления. Важно обогатить свою память знанием всех тех богатств, которые выработало человечество. Кроме этого, полезно знать методы, позволяющие находить в море знаний решения, которые могут дополнять существующие связи.

Описанные ниже по тексту методики, несмотря на то, что наиболее эффективные из них были разработаны в Советском Союзе, впервые широко стали применяться иностранными банками и крупными компаниями, такими как IBM, Bank of America, Apple, Microsoft. С переходом нашей страны на рельсы рыночной экономики, данные методики стали применяться и в крупных отечественных

компаниях и банках. О примерах использования ТРИЗ в решении возникающих противоречий, например, часто упоминается в пособиях, выпускаемых банками «Центр-Инвест» и «Сбербанк».

Смотря на таблицу 1, мы можем увидеть именно те креативные методы, которые применяются в различных банках и компаниях, указанных выше. Далее о них будет рассказано более подробно.

Таблица 1

#### Методы креативного анализа

ЗА и ПРОТИВ	Составление таблиц с разнонаправленным влиянием на процесс
SWOT-анализ	Выявление факторов внутренней и внешней среды организации, и разделение их на такие категории, как: сильные стороны, слабые стороны, возможности и угрозы
GAP-анализ	Выявление отклонений процесса в экономической практики от выбранного эталона, лучшей мировой практики, других стран, регионов
Теория решения изобретательских задач (ТРИЗ)	Выявление и использование законов, закономерностей и тенденций развития технических и экономических систем

#### ЗА и ПРОТИВ

Рассмотрим более подробно метод «ЗА и ПРОТИВ» на примере.

В общем, этот метод предполагает принятие креативных решений путем составления таблицы, которая обосновывается аргументами, доказательствами, выявление достоинств и недостатков.

Допустим, какая-либо компания, назовем ее «ЛидерКо», желает провести праздник, приуроченный ко Дню Победы для ветеранов, а заодно и пополнить бюджет своей фирмы.

Сначала обсуждаются такие детали, как место проведения мероприятия, либо это будет на открытом воздухе, либо в здании администрации. Здесь выигрывает первый вариант, так как не придется тратить финансы компании на электроэнергию, снятие помещения в аренду. В этом и есть плюс, но может помешать нелетная погода, в случае которой придется завершать данное мероприятие.

Затем рассчитывается доходность предприятия от проведения праздника, а так же его расходы. Составляется таблица, в которой указываются плюсы от проведения мероприятия и минусы, которые в дальнейшем будут исправлены и не допущены впредь.

#### SWOT-анализ

SWOT-анализ это такой метод, при котором определяются сильные и слабые стороны вашего предприятия, организации, банка, а также возможности и угрозы, исходящие из внешней среды, то есть из ближайшего его окружения.

Сильные стороны (Strengths) – это преимущества вашей организации, банка;

Слабые стороны (Weaknesses) – ваши недостатки;

Возможности (Opportunities) – факторы внешней среды, использование которых создаст вам преимущества во внешней среде;

Угрозы (Threats) – факторы. Которые могут ухудшить ваше положение на рынке.

Применение SWOT-анализа позволит вам систематизировать всю имеющуюся информацию и, видя ясную картину «поля боя», принимать взвешенные решения, касающиеся развития вашего бизнеса.

Рассмотрим таблицу, в которой, как раз, можно увидеть проводимую оценку предприятия данным методом.

Таблица 2

#### Пример SWOT – анализа

Параметры оценки	Сильные стороны	Слабые стороны
Организация	Высокий уровень квалификации руководящих сотрудников предприятия	Низкая заинтересованность рядовых сотрудников в развитии предприятия
Производство	- Высокое качество выпускаемых товаров - Проверенный и надежный поставщик комплектующих	- Высокая степень износа оборудования « до 80% по отдельным группам - Себестоимость продукции на 10% выше, чем у основных конкурентов

#### Анализ разрыва (гар-анализ)

Гар-анализ применяется в случаях, когда текущие результаты компании имеют расхождения с запланированными.

После анализа разрабатывается план действий по устранению разрыва. Таким образом, цель гар-анализа – определить, существует ли разрыв между целями и возможностями и, если да, установить, как «заполнить» его. Применение анализа разрыва означает:

- определение интереса фирмы, выраженного в терминах стратегического планирования;
- выяснение реальных возможностей с точки зрения текущего состояния среды и предполагаемого будущего состояния;
- определение конкретных показателей стратегического плана;
- установление разницы между показателями стратегического плана и возможностями, диктуемыми реальным положением фирмы;
- разработка программ, необходимых для заполнения разрыва.

Возможны следующие варианты проведения гар-анализа:

- 1) определение расхождений по показателям продаж компании со средними показателями отрасли или отраслевого лидера;
- 2) определение расхождений по времени разработки продукта;
- 3) определение расхождений по стоимости продукта со среднеотраслевыми параметрами или параметрами лидера;
- 4) определение расхождений по качеству продукции.

В случае если стратегический интерес компании представлен одновременно несколькими параметрами используется расширенное представление гар-анализа, которое предполагает одновременную оценку деятельности по нескольким стратегическим направлениям.

Теория решения изобретательских задач

Зачастую отсутствуют четкие алгоритмы работы в кризисных ситуациях, либо существующие механизмы управления, плохо адаптирующиеся к реальным условиям. В этой связи руководящему составу жизненно необходимы эффективные методики принятия решений и способы решения сложившихся противоречий.

Существуют несколько методик решения противоречий, как технических, так и экономических.

Наиболее известная методика решения технических противоречий была разработана Генрихом Альтшулером в середине 20 века. Им была проанализирована база более чем 40000 существующих патентов на изобретение. Ему удалось обнаружить некие закономерности в этапах разработки. Он пришел к выводу, что большинство изобретений и открытий могут быть найдены не перебором бесконечного количества вариантов, а с использованием определенного алгоритма действий. Данная методика получила название «Теория решения изобретательских задач» (сокр. ТРИЗ).

ТРИЗ широко применялся советскими учеными вплоть до 90-х годов 20 века. Она может быть использована для решения не только технических, как это было изначально, но и экономических противоречий.

Главной задачей ТРИЗ, по мнению автора этой теории, является помощь в решении творческих задач из различных областей знаний.

В соответствии с мнением людей, которые изучили теорию Альтшуллера, знание ТРИЗ даёт следующие преимущества:

- научиться находить пути отхода от традиционных решений;
- умение правильно определить основные направления поиска, не упуская многие моменты, мимо которых обычно проходишь.
- знание, как систематизировать поиск информации по выбору задач и поиску направлений решений
- научиться находить пути отхода от традиционных решений.
- сократить время на решение;
- ТРИЗ дает толчок к изобретательской деятельности.

В качестве иллюстрации возможностей ТРИЗ-инжиниринга обратимся к актуальной теме украинского кризиса.

Основное противоречие между участниками конфликта заключается в стремлении разделить русскоговорящие регионы Украины и сохранить территориальную целостность страны. ТРИЗ-инжиниринг для такого рода противоречий (Разделить/Объединить) рекомендует использовать эффект матрешки: путем создания федерации или аналогичной политической структуры.

Таблица 3

Пример ТРИЗа

	Разделить	Объединить	Противопоставить	Дополнить	Отклонить	Изменить среду
Разделить	Дробление	Матрёшка	Клин клином	Переходник	Импульсы	Оболочки, плёнки

Объединить	Выделение	Универсал	Вред в пользу	Усилители	Колебания	Пористые материалы
Противопоставить	Локализация свойств	Композиты	Анти решение	Итерации	Частичные решения	Фазовые переходы
Дополнить	Отброс	Регенерация	Асимметрия	Обратная связь	Избыточные решения	Инертная среда
Отклонить	Проскок	Непрерывность	Предварительное анти-воздействие	Предварительная компенсация	+/- 10%	Изменения пространства
Изменить среду	Разные части в разных средах	Однородность среды и материала	Движение частей относительно друг другу	Пневмо-гидроконструкции	Изменение формы	

Решение управленческих проблем в экономических вопросах требует креативного подхода. Описанные в статье методы достаточно гибкие и широко применяются в крупных компаниях и банковских системах. Однако после детально изучения материала по описанным выше методам, по мнению автора наиболее интересной показалась методика ТРИЗ, которая основана на поиске и решении возникающих противоречий. В современной динамически изменяющейся экономической ситуации достаточно сложно придерживаться заранее разработанной инструкции выхода из кризисной ситуации, поэтому гораздо рациональней обучать управленческий персонал методикам решения не типичных противоречий.

УДК 37.01

**С.Г. Киртянова, студент**

*Научный руководитель: В.С. Петрова, канд. культурологии, доцент  
г. Нижневартовск, Нижневартовский государственный университет*

## **ОСОБЕННОСТИ ИЗУЧЕНИЯ ТЕМЫ «ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ФУНКЦИИ ГОСУДАРСТВА» В РАМКАХ ОСНОВНОГО ОБЩЕГО ОБРАЗОВАНИЯ**

Научиться мыслить и усваивать знания – важнейшая задача учебного процесса. Сейчас все формы учебного процесса, все методики обучения совершенствуются с целью активизации самостоятельной работы обучающихся, ставят задачи научить их самостоятельности мышления. Экономическая реальность сложна и многообразна, в ней логические модели экономической теории не проявляются прямолинейно. От педагогов-преподавателей экономических дисциплин требуется целенаправленное использование интерактивных методик обучения, тестовых заданий, конкретных ситуаций, чтобы на основе теоретических положений анализировать противоречивые процессы рыночных преобразований.

Ключевым звеном экономического образования является освоение экономической теории [3]. В свою очередь важнейшим рычагом воздействия на хозяйственную практику является экономическая политика. Эффективность экономической политики зависит не только от степени реализации выводов и рекомендаций экономической теории.

Современная экономическая теория – не монолит, она представляет собой совокупность различных школ и направлений. Однако преподавание экономической теории должно быть системным и цельным.

Опыт реальной экономической политики в зарубежных странах и в России за длительный исторический период свидетельствует о том, что наибольшая результативность достигается тогда, когда политика опирается не на одну научную школу или направление, а на их сочетание. Подобное сочетание различно и зависит от конкретной страны и политической ориентации правительства. Одним из объяснений такой ситуации выступает факт развития смешанной экономики во всех развитых странах.

Всеобщность рыночных отношений в мире и все большее развитие глобализации объективно повышают роль экономической науки в формировании национальной и международной экономической политики на рубеже третьего тысячелетия.



Экономическое образование по своему содержанию и форме должно позволять в наибольшей мере быть готовым к современным вызовам на различных уровнях хозяйствования – корпоративном, национальном, международном [2].

В связи с выявлением данных требований, мной было проведено исследование на выявление наиболее приемлемых способов подачи темы «Экономические функции государства» в рамках изучения экономики на ступени основного общего образования.

Было опрошено десять преподавателей экономических дисциплин. Причем в расчет брались и те преподаватели, которые ведут дисциплины отличные от экономических с целью анализа другого подхода к подаче материала.

В исследовании использовался тест под названием «Эффективность и выявление наиболее приемлемых способов подачи темы «Экономические функции государства» в рамках основного общего образования». Выводы сделаны по каждому из вопросов с расчетом процента ответов.



Рис. 1. Ответ на вопрос: «К какому типу восприятия вы себя относите»

Данный вопрос был взят из области психологии для выявления соотношения типа восприятия и наиболее употребляемого метода подачи темы «Экономические функции государства» в рамках основного общего образования». Из диаграммы можно сделать вывод, что в большинстве случаев преподаватели отнесли себя к визуальному типу восприятия. В дальнейшем можно будет пронаблюдать, как тип восприятия влияет на выбор метода работы с учениками.



Рис. 2. Ответ на вопрос: «Какой метод работы на уроках вам более предпочтителен»

76% преподавателей используют наглядные методы обучения, что показывает большую зависимость выбора метода от типа восприятия (см. вопрос № 1). К наглядным методам относят такие методы как методы иллюстраций и демонстраций, а также наблюдение. Несомненно, каждый метод должен применяться вкупе с другими методами для лучшего усвоения материала.

Перед Вами поставлена задача: сформировать основы экономической грамотности в рамках темы «Экономические функции государства». В какой последовательности Вы будете использовать методы для улучшения эффективности восприятия материала.

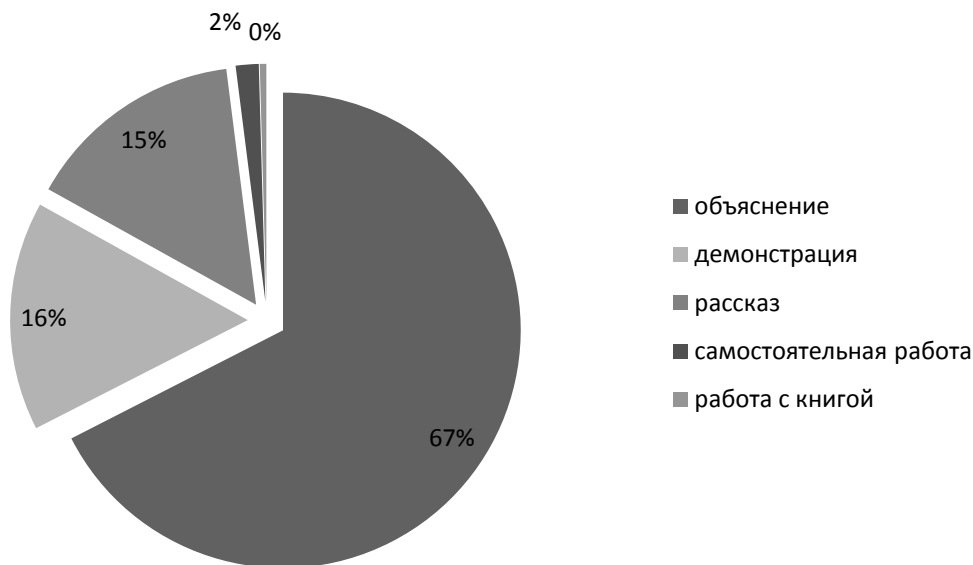


Рис. 3. Приоритеты использования методов для лучшего усвоения материала

По вопросу можно сделать следующие выводы:

- преподаватели в первую очередь выбирали такие методы как объяснение, демонстрация и рассказ, определяя данную последовательность наиболее приемлемой и эффективной для учеников.
- к завершающим методам работы, учитывая поставленную задачу, преподаватели относили такие методы как самостоятельная работа и работа с книгой.

Могут ли процентные данные о проведенном опросе говорить, о том, что самостоятельная работа учеников на уроке относится к малоэффективному методу? Данный вопрос остаётся открытым. Открытым, лишь потому, что данные методы не исключены полностью и могут применяться как дополнение.

Перед Вами поставлена задача: сформировать основы экономической грамотности в рамках темы «Экономические функции государства». В какой последовательности Вы будете подавать материал (понятия, виды функций, задачи, сущность функций)?

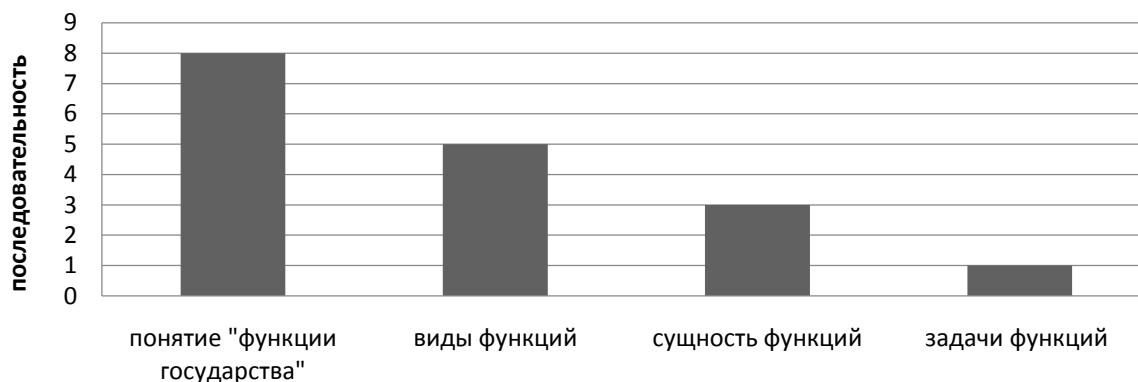


Рис. 4. Последовательность подачи материала

На данной гистограмме можно пронаблюдать, что преподаватели, выбирая последовательность подачи материала, выбирали базовую информацию, т.е. основные понятия функций государства ставились на первое место, что обуславливает логику их мышления.

Для изучения темы, которая впоследствии должна сформировать основы экономической грамотности нужно прибегнуть к базе знаний. Если же произойдет видоизменение градации, это повлечёт за собой определенные противоречия в знаниях. К примеру, ученик может замечательно владеть информацией в широком смысле, но не владеть в более узком, упрощенном варианте. Все эти нюансы должен учитывать преподаватель с помощью правильной подготовки к уроку экономики [1].

Делая выводы по проведенному исследованию, можно отметить, что к наиболее предпочтительным методам подачи темы «Экономические функции государства» в рамках основного общего образования, преподаватели отмечают такие как объяснение, демонстрация и рассказ. Это может говорить как об эффективности данных методов, которые укоренились с давних времен, так и об их простоте. Ведь благодаря элементарному способу подачи темы, обучающимся будет намного легче понять всю подноготную экономической теории. В настоящее время, в школах активно вводится такой предмет как «Экономика» / «Экономическая теория», и правильное владение особенностями преподавания данных дисциплин оставляет за преподавателями выбор. Чтобы выбор давал результат, рассчитанный на будущее перспективы учеников, нужно учитывать многие нюансы, начиная от раздела экономики, заканчивая собственным настроением учителя. Углубляясь в каждую тему и разбирая её в подробностях, преподаватель изначально настраивает учеников на мышление в широком смысле. На примере темы «Экономические функции государства» и благодаря проведенному исследованию удалось доказать, какое значение имеют способы предоставления информации.

#### Литература

1. Мельникова В.С. Диалог в истории культуры и образования / В.С. Мельникова. Екатеринбург, 2000. С. 86.
2. Петрова В.С. Подготовка будущих учителей с учетом требований ФГОС ООО в рамках дисциплины «Методика обучения и воспитания в области экономического образования» / В.С. Петрова // Традиции и инновации в образовательном пространстве России, ХМАО-Югры и НВГУ: Материалы V Всероссийской научно-практической конференции / Отв. ред. В.Б. Иванов, А.Ф. Васинова. 2016. С. 133–136.
3. Тагиров Р.М., Тагирова А.В. Российское школьное экономическое образование: проблемы и перспективы / Р.М. Тагиров, А.В. Тагирова // Современная наука: проблемы и пути их решения: Сборник материалов Международной научно-практической конференции / Западно-Сибирский научный центр; Кузбасский государственный технический университет имени Т.Ф. Горбачева. 2015. С. 183–187.

УДК 373.6

**Я.О. Ковалева, студент**

*Научный руководитель: Т.А. Галынчик, канд. экон. наук, доцент  
г. Нижневартовск, Нижневартовский государственный университет*

### ИСПОЛЬЗОВАНИЕ НАГЛЯДНЫХ СРЕДСТВ В ОБУЧЕНИИ ОСНОВАМ ЭКОНОМИКИ

Экономика проникает практически во все области деятельности человека, что позитивно сказалось на темпе роста научно-технического прогресса. В связи с этим стало очень важным усовершенствовать экономическую подготовку школьников.

В текущем времени все большее внимание в обучении отводится использованию наглядности. Это связано с тем, что способы использования наглядности могут показать динамику явлений, их изменения, сообщать учебную информацию нормированными дозами и управлять индивидуальным процессом усвоения знаний. Наглядные пособия помогают вырабатывать у учащихся интерес к познаниям, обеспечивают разностороннее формирование образов, способствуют крепкому усвоению знаний, экономят время учителей.

На сегодняшний день наглядность можно считать закономерным средством учебного процесса, которое необходимо на всех этапах познания экономики в школе.

Принцип наглядности обучения впервые в педагогической сфере привел Я.А. Коменский еще в семнадцатом веке. Знаменитый чешский педагог, пользуясь достижениями народной педагогики, нашел средство, которое делает изучение книжного материала более легким. «Мир чувственно – воспринимаемых вещей в картинках» – даже в названии одной из его учебных книг прослеживается путь, которым должно идти познание ученика.

Согласно теоретическим изысканиям идея наглядности по Я.А. Коменскому это ««золотое правило», нашедшее отражение в современном дидактическом принципе наглядности; концептуальное

положение, согласно которому обучение строится на конкретных образах, непосредственно воспринятых учащимися» [4]. Таким образом, под «наглядностью» подразумевается чувственное познание, являющееся генератором знаний. Следовательно, чем больше применяется наглядность, тем непосредственно больше делается опора на чувственное знание, из чего следует лучшее развитие разума.

К.Д. Ушинский дал более обширное психологическое обоснование наглядности обучения. По его мнению, наглядные пособия выступают средством для стимулирования умственной деятельности и формирования чувственного образа. Именно чувственный образ, который формируется на основе наглядных средств, считается главным в обучении, а не само наглядное пособие. Данный автор в большой степени развил методику наглядного обучения, обосновал комплекс различных способов и приемов работы с наглядными пособиями [1].

Опираясь на опыты работы школы и специальные психолого-педагогические исследования было выявлено, что результативность обучения во многом зависима от уровня использования органов чувств человека. Закономерность проявляется в том, что чем более обширно чувственное восприятие учебного материала, тем лучше он усваивается. Данная закономерность была выражена непосредственно в дидактическом принципе наглядности, в понятие которого педагоги методисты-естественники Я.А. Коменский, И.Г. Песталоцци, К. Д. Ушинский, В.В. Половцов, Б.Е. Райков, Л.В. Занков, С.Г. Шаповаленко внесли значимый вклад.

Я.А. Коменский выразил золотое правило дидактики: привлекать к обучению все органы чувств. И.Г. Песталоцци указал на сколько важно использовать наглядность в развитии формируемых понятий. К.Д. Ушинский сделал акцент на роли наглядных ощущений в развитии речевых навыков учащихся и их культуры речи.

В.В. Половцов аргументировал идею наглядности в выборе методов обучения. Варианты различных сочетаний слова и наглядности для активизации развития учащихся разработал Л.В. Занков. С.Г. Шаповаленко предложил идею структурирования средств обучения не по их внешним атрибутам, а по той роли, которую они играют в обучении.

Наглядность выступает важным и закономерным средством образовательного процесса на всех этапах познания экономики в общеобразовательной средней школе. Однако нужно обособленно подходить к пониманию термина «наглядность», это связано с тем, что данный термин используется для выражения разных педагогических понятий. В этой связи данные понятия представляются в форме принципа наглядности, наглядности как средства обучения и наглядного пособия.

Обычно под термином «наглядность» непосредственно понимают принцип, которым учитель руководствуется во время обучения экономике. Наглядность обеспечивает взаимосвязь чувственного и логического, конкретного и абстрактного, способствует развитию абстрактного мышления, зачастую выступает его основой.

Как средство обучения наглядность служит средством создания у учащихся определенных образов, статического и динамического характера. По содержанию понятие «средство наглядности» (наглядное средство) очень близко с таким понятием, как «наглядное пособие», но тем не менее оно значительно шире по объему. Примером может послужить телепередача, рисунок на доске, рисунки в учебнике, которые непосредственно принадлежат к средствам наглядности, но при этом совершенно не являются наглядными пособиями по своему существу.

Относительно наглядных пособий существует утвердившееся мнение, что к ним относятся конкретные объекты, которые используются педагогом на занятиях. Они могут быть представлены лекциями, таблицами, рисунками и схемами, муляжами, аппликациями, диафильмами, раздаточным материалом, дидактическими карточками. Наглядные пособия, которые выражают экономическое содержание сущность изучаемых предметов и явлений – основные средства обучения, а различные приборы, инструменты, техническое оборудование относятся к вспомогательным.

Наглядность выступает одним из принципов обучения, который основан на демонстрации определенных предметов, процессов, явлений [2]. Посредством прямого восприятия предметов или с помощью наглядных средств в процессе обучения у школьников формируются образные представления и понятия о экономике.

Средства являются предметами приспособления или совокупность их, необходимые для осуществления чего-либо [3]. Следовательно, в широком смысле под средствами наглядности понимается восприятие всего многообразия непосредственно посредством зрения (изображения на экране, макеты, картины и т.п.), слуха (звукозаписи), других органов чувств.

В дидактике на сегодняшний день существует два вида наглядности: наглядность внутренняя, или словесно-образная (литературные образы, примеры из жизни и т.п.), и внешняя, или предметная (графические средства наглядности, натуральные предметы и их изображения и т.п.)

Дидактические исследования в области применения наглядности, об интегрировании средств наглядности и слов учителя, которые были проведены профессором Л.В. Занковым и в научно-исследовательском институте школьного оборудования под руководством С.Г. Шаповаленко, В.Г. Болтянского и Л.П. Прессмана, помогли выявить некие особенности применения средств наглядности.

Так прежде чем выбрать для урока какой-либо вид наглядности, следует осмыслить место его применения в зависимости от его дидактических возможностей. При этом, в первую очередь, следует учитывать цели и задачи определенного урока и выбирать такие наглядные пособия, которые достоверно выражают наиболее значимые стороны рассматриваемого на уроке явления и способствуют выделять и группировать ученику те существенные признаки, лежащие в основе формируемого представления или понятия на данном уроке.

Стоит отметить, что выбор одной из форм сочетания наглядности и слова учителя так же зависит и от поставленных учебных задач. В некоторых случаях источником знания следует считать наглядное пособие, а слово учителя выполняет функцию руководства восприятием учеников. Наглядные пособия в этом случае выступают основой для формирования связей между фактами, явлениями, недоступных прямому наблюдению, а слово учителя призывает к наблюдению и направляет детей на осмысливание, истолкование выявленных наблюдений.

При обобщении, повторении пройденного материала источником знания о фактах, явлениях или их связях выступает слово учителя, а наглядность выполняет функцию подтверждения, визуализации, конкретизации словесного сообщения или является отправным пунктом сообщения, в котором содержатся сведения о явлениях и связях, недоступных непосредственному восприятию. Наглядные средства являются опорой для самостоятельной работы учащихся. В данном случае учитель непосредственно только выдает задание и направляет деятельность учащихся.

Средства наглядности используются на многих этапах процесса обучения экономики: объяснение нового материала, закрепление знаний, формирование умений и навыков, выполнение домашних заданий и проверка усвоения учебного материала. Средства обучения могут быть применены не только на уроке, но и при других формах обучения экономике.

Из вышеперечисленного можно сделать вывод, что еще с XVII века средства наглядности в обучении волновали умы многих ученых. Каждый педагогический деятель по-своему трактовал наглядность обучения. Это помогает не только рассмотреть это понятие с различных сторон, но и систематизировать и классифицировать наглядные средства.

#### Литература

1. Ушинский К.Д. Избранные педагогические сочинения: В 2-х т. – М., 1939. Т. 2. С. 156.
2. Кузнецов С.А. Большой толковый словарь русского языка. – 1-е изд-е. СПб.: Норинт, 1998.
3. Толковый словарь русского языка / под ред. Д.Н. Ушакова. 4 т. – М.: Гос. ин-т «Сов. энцикл.»; ОГИЗ; Гос. изд-во иностр. и нац. слов., 1935–1940.
4. Коменский Я. Великая дидактика. – СПб.: Типография А.М. Котомина, 1875.
5. Дмитриева Л.М. Настоящее и будущее профессиональных стандартов: вопросы адаптации к новым реалиям / Л.М. Дмитриева, О.А. Козлова // XX Международная научно-методическая конференция заведующих кафедрами маркетинга, рекламы, связей с общественностью, дизайна и смежных направлений: сборник материалов / Ассоциация Коммуникативных Агентств России. М.: Издательство «Экон-Информ», 2016. – С. 51–57.

УДК 332

**Н.В. Королева, студентка**

Научный руководитель: Е.В. Видищева, канд. экон. наук, доцент  
г. Сочи, Сочинский государственный университет

## АНАЛИЗ ЭФФЕКТИВНОСТИ ЭКОНОМИЧЕСКОГО ОБРАЗОВАНИЯ В ВУЗАХ КРАСНОДАРСКОГО КРАЯ

В современном обществе образование – это то, чем должен обладать каждый человек. Бесспорным является тот факт, что благосостояние граждан во многом зависит от качества образования в стране, а от его направленности и эффективности – перспективы развития населения в целом. В любой сфере деятельности, в любой социальной структуре всегда нужны образованные, грамотные люди и квалифицированные специалисты. Качественное высшее образование в настоящее время рас-

считается как ведущий фактор социального, экономического и политического прогресса. В России 54% населения в возрасте от 25 до 65 лет имеют высшее образование, в то время как в Канаде – 51%, в США – 44%, во Франции – 32%, в Германии – 27%, в Италии – 17%, а в Китае – лишь 10%. На 2016 год в РФ функционировало 817 вузов, в которых обучалось 4379000 студентов различных форм, видов, направлений обучения [2].

Система образования в РФ имеет свои недостатки. Первый – если в России больше всего специалистов на душу населения в мире, то просто по закону больших чисел (иначе говоря, не учитывая качество образования), в России должна быть лучше всего наука, больше всего Нобелевских лауреатов и специалистов на экспорт. Всё это пока не так. Экспорта специалистов нет (точнее он очень низкий), а высшее качество образования готовы показывать только первые 20 вузов страны.

Отсутствие экспорта специалистов и отсутствие людей со средним специальным образованием, то есть готовых к ручному труду или решению простых интеллектуальных задач, означает, что люди с дипломом будут работать на местах, не соответствующих уровню их образования. Следовательно, пропорцию высшего среднего специального образования нужно менять. Другой вопрос, как это будет сделано, как будет решен вопрос с преподавательским составом, который предполагается лишить работы, и что станет с качеством образования как высшего, так и среднего специального.

В 2016г. продолжился процесс совершенствования системы образования в РФ, нацеленный на повышение эффективности деятельности организаций, осуществляющих образовательную деятельность, усиление результативности функционирования образовательной системы. В рамках данного процесса происходило укрупнение (объединение) образовательных организаций в целях оптимизации бюджетных расходов на образование.

Общее число образовательных организаций высшего образования в 2016г. по сравнению с 2015г. сократилось на 8,8% (или на 79 единиц): число государственных и муниципальных образовательных организаций высшего образования уменьшилось на 5,3% (на 28 единиц); количество действующих частных образовательных организаций высшего образования – на 13,9% (на 51 единицу). Происходило также и дальнейшее уменьшение численности студентов образовательных организаций высшего образования; по сравнению с 2015 г. численность студентов уменьшилась на 387,5 тыс. человек, причем значительное сокращение численности произошло в частных образовательных организациях (на 28,4% от численности студентов в 2015 г.) [3].

Сокращается и число вузов в Краснодарском крае. На данный момент здесь функционируют 68 организаций высшего образования, из которых 37 – государственные, 39 – филиалы, а 5 находятся в стадии реорганизации. Всего в этих вузах насчитывается 128 321 студент (2,71% всех студентов РФ) бакалавриата, специалитета, магистратуры, из которых 85,2% обучаются в государственных вузах и 14,8% – в частных. Необходимо отметить, что специалистов, изучающих науки об обществе (к которым относится экономика) в крае подавляющее большинство: 31417.05 чел. или 46,07% от общего числа студентов в регионе [1].

Раз в пять лет каждый вуз проходит проверку эффективности своей деятельности, чтобы продлить аккредитацию. Минобрнауки оценивает деятельность вузов по оригинальной методике, основанной на 7 основных критериях: Е.1 Образовательная деятельность, Е.2 Научно-исследовательская деятельность, Е.3 Международная деятельность, Е.4 Финансово-экономическая деятельность, Е.5 Заработная плата ППС, Е.6 Трудоустройство, Е.8 Дополнительный показатель. Для филиалов существует еще один показатель: Е.7 Контингент студентов.

Если вуз выполняет менее 4-х из 7-ми основных параметров, то Министерство образования и науки РФ и Рособрнадзор признает вуз неэффективным. В этом случае некоторые вузы могут закрыть, некоторые, возможно, объединят с другими, более эффективными вузами, а другим, наоборот, дадут время на разработку новой стратегии развития и затем выделят дополнительные средства на ее реализацию. Во многих случаях речь идет о профильных вузах, где решение принимает учредитель (например, учредителем КубГАУ является Министерство сельского хозяйства).

В Краснодарском крае специалистов по направлению 38.00.00 «Экономика и управление» готовят в 18 вузах, 3 из которых неэффективны, и в 36 филиалах, 3 из которых неэффективны, а 5 реорганизованы. Абсолютно эффективными, т.е. выполнившими все 7 показателей, названы следующие вузы Кубани:

Таблица 1

**Наиболее эффективные вузы Краснодарского края**

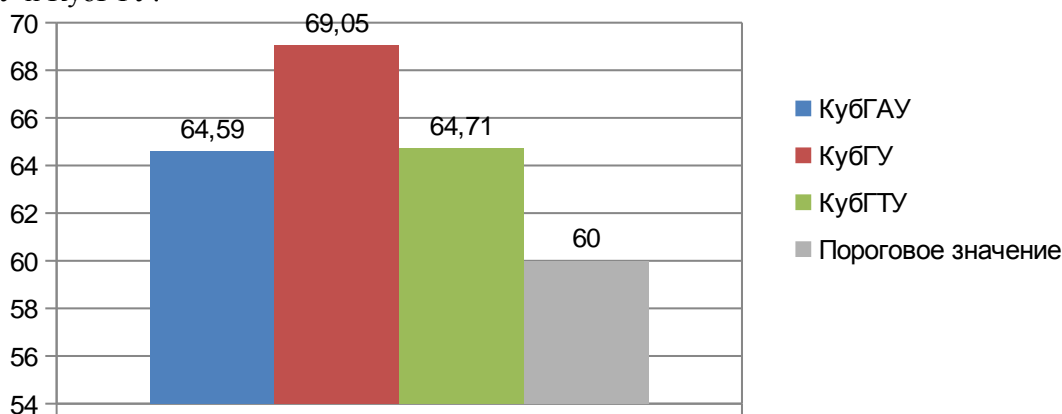
Источник: Составлено автором на основе данных ГИВЦ Министерства образования и науки

	Название вуза	Приведенный контингент студентов	Доля приведенного контингента студентов по УГН(С) от общего приведенного контингента студентов организации	Доля приведенного контингента студентов от общего приведенного контингента студентов, обучающихся по данной УГН(С) в регионе
1	Армавирский государственный педагогический университет	177,4	7,82%	0,92%
2	Краснодарский государственный институт культуры	81,2	4,06%	0,42%
3	Кубанский государственный аграрный университет имени И.Т. Трубиллина	4135,7	37,05%	21,36%
4	Кубанский государственный технологический университет	2780,55	31,47%	14,36%
5	Кубанский государственный университет	3029,1	21,33%	15,64%
6	Кубанский государственный университет физической культуры, спорта и туризма	213,5	8,38%	1,1%
7	Краснодарский филиал РЭУ им. Г.В. Плеханова	1046,85	93,14	5,41%
8	Северо-Кавказский филиал ФГБОУ ВО «Российский государственный университет правосудия» (г. Краснодар)	63,3	6,75%	0,33%

Как показывает анализ данных таблицы 1, наибольший приведенный контингент экономистов имеет КубГАУ – 4135,7, т.е. более 20% всех студентов экономических специальностей Кубани обучаются в КубГАУ, в КубГУ – 3029,1, а это почти 16% от общего числа экономистов, и в КубГТУ – 2780,55 (чуть больше 14% от всех студентов направления «Экономика и управление» в крае). Из филиалов абсолютно эффективным является только Краснодарский филиал РЭУ им. Г.В. Плеханова, имеющий приведенный контингент студентов-экономистов 1046,85, т.е. чуть больше 5% от общего приведенного контингента студентов, обучающихся по рассматриваемой специальности в регионе.

В других представленных в таблице 1 эффективных вузах число студентов экономических специальностей не столь значительно, в основном не доходит до 1% от числа всех студентов-экономистов в крае. Однако некоторые вузы, выполнившие меньшее число критериев проверки, имеют значительное число студентов изучаемого направления. Например, Негосударственное аккредитованное некоммерческое частное образовательное учреждение высшего образования «Академия маркетинга и социально-информационных технологий – ИМСИТ» (г. Краснодар) имеет приведенный контингент студентов 645,9 (немного больше 3% от общего приведенного контингента студентов), и Сочинский государственный университет – 609,4 (3,15%).

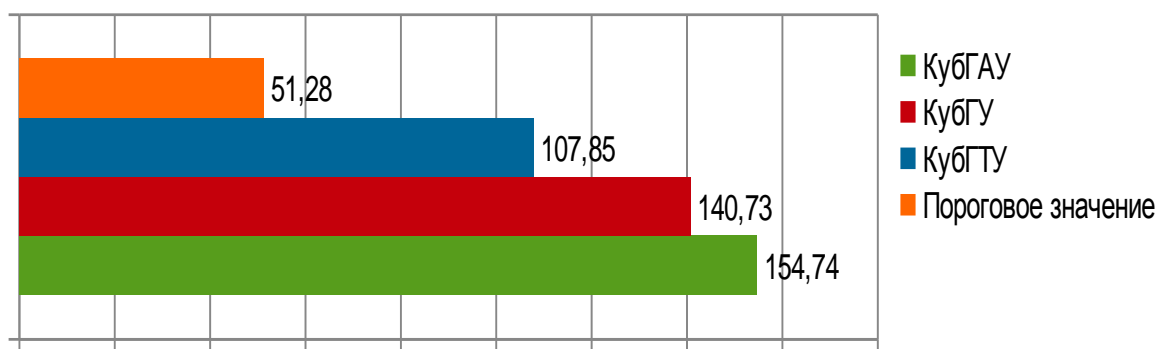
Сравним сведения по показателям мониторинга эффективности деятельности сильнейших вузов Краснодарского края, выпускающих специалистов направления «Экономика и управление»: КубГАУ, КубГУ и КубГТУ.

**Рис. 1. Критерий Е1. Образовательная деятельность, балл**

Источник: Составлено автором на основе данных ГИВЦ Министерства образования и науки

Образовательная деятельность в учреждении высшего образования в рамках критерия Е1 характеризуется средним баллом ЕГЭ студентов, принятых по результатам ЕГЭ на обучение по очной форме по программам бакалавриата и специалитета за счет средств соответствующих бюджетов бюджетной системы РФ и с оплатой стоимости затрат на обучение физическими и юридическими лицами.

Как следует из рис. 1 наилучшим значением показателя обладает КубГУ – 69,05 баллов, что на 9 баллов превышает пороговое значение показателя. Приблизительно одинаково значение результата ЕГЭ для КубГАУ и КубГТУ – 64,59 и 64,71 баллов соответственно. Относительно 2015 года у КубГАУ наблюдается наименьшее увеличение среднего балла ЕГЭ – лишь +0,9%, в то время как у КубГУ – +2,5%, а у КубГТУ – +6,8%.

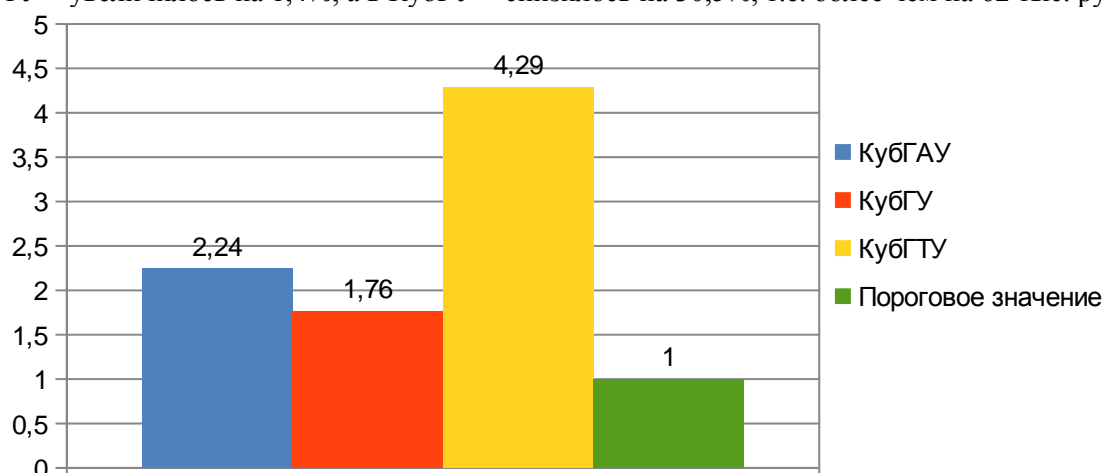


**Рис. 2. Критерий Е2. Научно-исследовательская деятельность, тыс. руб.**

Источник: Составлено автором на основе данных ГИВЦ Министерства образования и науки

Характеристикой критерия Е2 является объем научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ (НИОКР) в расчете на одного научно-педагогического работника (НПР).

По данному показателю лидером является КубГАУ – затраты на НИОКР здесь оцениваются в 154,74 тыс. руб., что в 3 раза превышает пороговое значение (рис. 2). Финансирование научно-исследовательской деятельности в КубГАУ по отношению к 2015 году возросло на 12,38 тыс. руб., в КубГТУ – увеличилось на 1,4%, а в КубГУ – снизилось на 30,5%, т.е. более чем на 62 тыс. руб.



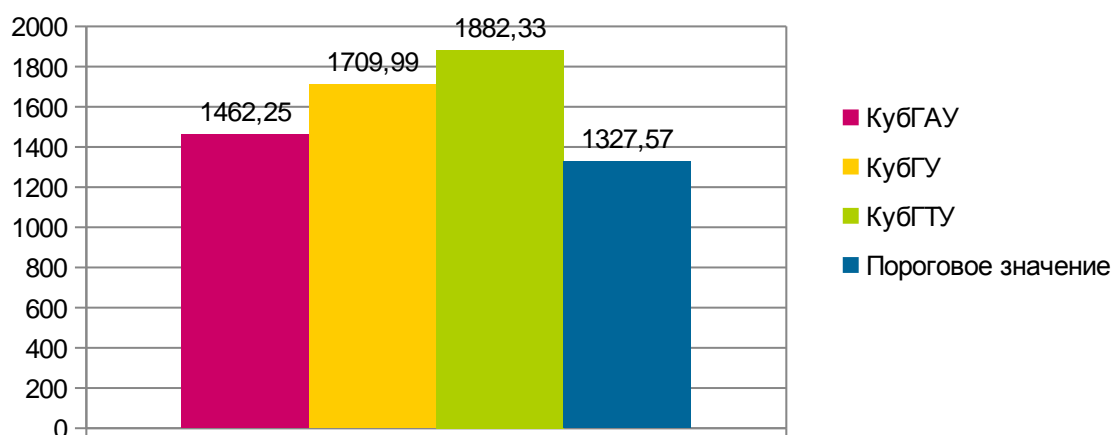
**Рис. 3. Критерий Е3. Международная деятельность, %**

Источник: Составлено автором на основе данных ГИВЦ Министерства образования и науки

Международная деятельность вуза оценивается удельным весом численности иностранных студентов, обучающихся по программам бакалавриата, специалитета, магистратуры, в общей численности студентов (т.е. приведенным контингентом иностранных студентов).

Как показывает рис. 3 в КубГАУ обучаются 4,29% иностранных студентов – данное значение показателя более чем в 4 раза превышает пороговое. Наименьшее число студентов-иностранцев получают образование в КубГУ – здесь рассматриваемый показатель всего на 0,76% превышает пороговое значение.



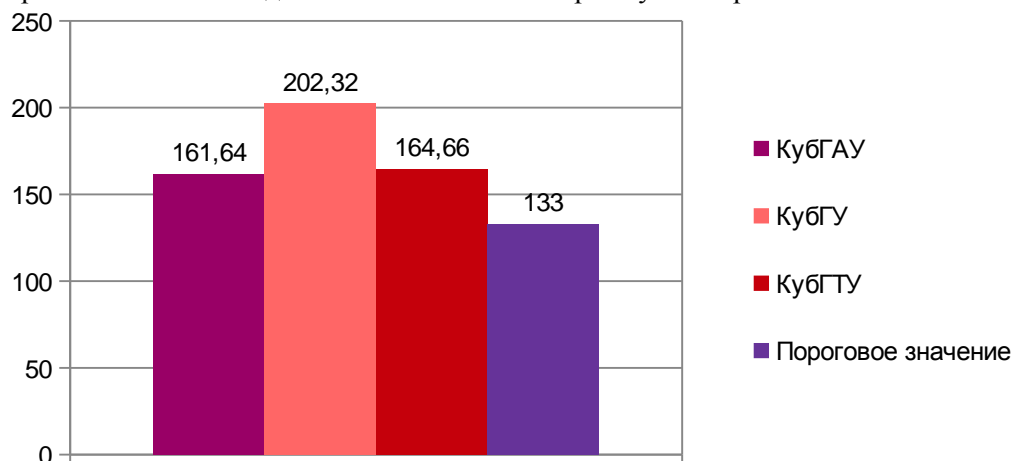


**Рис. 4. Критерий Е4. Финансово-экономическая деятельность, тыс. руб.**

Источник: Составлено автором на основе данных ГИВЦ Министерства образования и науки

Критерий Е4 характеризуют доходы образовательной организации из всех источников в расчете на одного НПР.

Согласно рис. 4 наиболее велик данный индикатор в КубГТУ – 1882,33 тыс. руб. на одного НПР. Наиболее близким к пороговому значением рассматриваемого показателя обладает КубГАУ-1462,25. По сравнению с 2015 годом показатель во всех трех вузах вырос незначительно: на 1–2%.

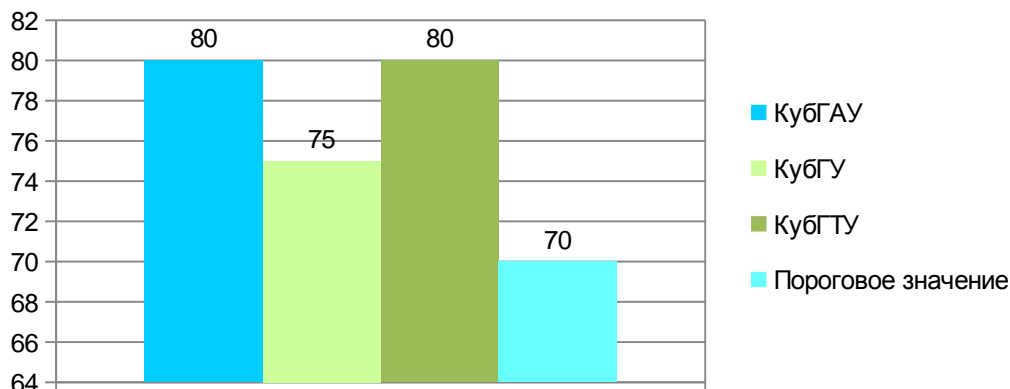


**Рис. 5. Критерий Е5. Заработная плата ППС, %**

Источник: Составлено автором на основе данных ГИВЦ Министерства образования и науки

Критерий Е5 характеризуется отношением заработной платы профессорско-преподавательского состава к средней заработной плате по экономике региона.

Данные рис. 5 иллюстрируют, что приблизительно одинаковое значение данного индикатора имеют КубГАУ и КубГТУ: 161,64 и 164,66% соответственно, наивысшее значение – у КубГУ (202,32%). В КубГАУ отмечается увеличение показателя в сравнении с 2015 годом почти на 28% (т.е. +55,06%).

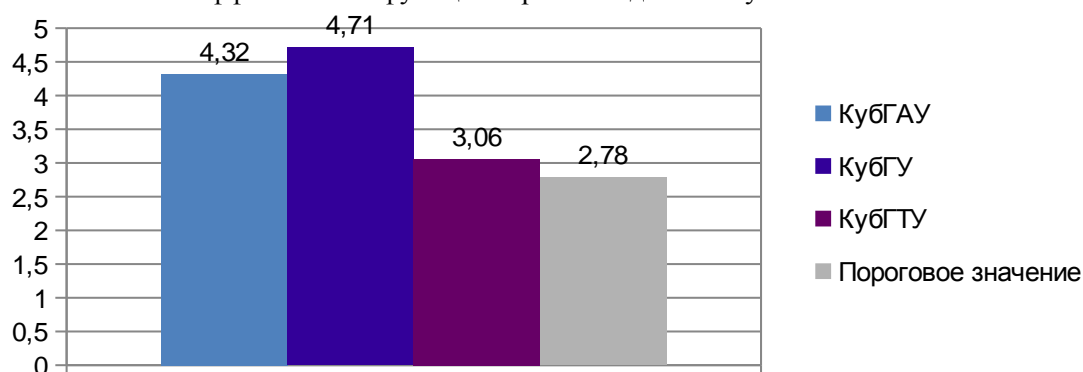


**Рис. 6. Критерий Е6. Трудоустройство, %**

Источник: Составлено автором на основе данных ГИВЦ Министерства образования и науки

Трудоустройство оценивается удельным весом выпускников, трудоустроившихся в течение календарного года, следующего за годом выпуска, в общей численности выпускников образовательной организации обучавшихся по основным образовательным программам высшего образования. Однако, трудоустройство сложно оценить, т.к. имеется ряд причин, по которым выпускники не трудоустраиваются сразу после окончания вуза. К ним можно отнести и получение следующего этапа высшего образования, и рождение ребенка, и различного рода семейные обстоятельства.

Пороговое значение данного индикатора – 70%, т.е. больше 2/3 всех выпускников должны найти работу в течение года после получения высшего образования. Согласно рис. 6 4/5 или 80% выпускников КубГАУ и КубГТУ трудоустраиваются после окончания учебы в вузе. Это является очень хорошим показателем эффективного функционирования данных вузов.



**Рис. 7. Критерий Е8. Дополнительный показатель, ед.**

Источник: Составлено автором на основе данных ГИВЦ Министерства образования и науки

В качестве дополнительного показателя для организаций высшего образования применяется численность сотрудников, из числа ППС (приведенных к доле ставки), имеющих ученые степени кандидата или доктора наук, в расчете на 100 студентов.

Нельзя полностью согласиться с тем, что данный показатель характеризует эффективность деятельности вуза, т.к. количество преподавателей и студентов в различных вузах являются весьма относительными и могут не влиять на функционирование вуза в целом. Однако Минобрнауки принимает во внимание и его.

Данные рис. 7 свидетельствуют о том, что в КубГУ и КубГАУ на 100 студентов приходится примерно 4 преподавателя с ученой степенью, а в КубГТУ – 3.

Изучив основные показатели эффективности трех сильнейших вузов Краснодарского края, можно сделать следующие выводы:

1. Наибольшее число экономистов в регионе готовит Кубанский государственный аграрный университет имени И.Т. Трубилина – более 21%;

2. Наилучшим показателем образовательной деятельности обладает КубГУ, научно-исследовательской деятельности – КубГАУ, международной деятельности – КубГТУ, финансово-экономической деятельности – КубГТУ, заработной платы ППС – КубГУ, трудоустройства – КубГАУ и КубГТУ, дополнительным показателем – КубГУ;

3. Согласно проведенному по методике Минобрнауки РФ анализу самым эффективным вузом Кубани можно считать КубГТУ: по 5 критериям оценки из 7 он занимает лидирующие позиции.

#### **Литература**

1. Мониторинг ВО в Краснодарском крае / ГИВЦ Министерства образования и науки [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://indicators.miccedu.ru/monitoring/\\_vpo/material.php?type=2&id=10701](http://indicators.miccedu.ru/monitoring/_vpo/material.php?type=2&id=10701) (дата обращения: 27.03.17).
2. Организация экономического сотрудничества и развития: Education at a glance 2016 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://www.keepeek.com/Digital-Asset-Management/oecd/education/education-at-a-glance-2016/russian-federation\\_eag-2016-76-en#.WNwQiKSyOkr#page1](http://www.keepeek.com/Digital-Asset-Management/oecd/education/education-at-a-glance-2016/russian-federation_eag-2016-76-en#.WNwQiKSyOkr#page1) (дата обращения: 27.03.17).
3. Федеральная служба государственной статистики: Высшее образование [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat\\_main/rosstat/ru/statistics/population/education/#](http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/population/education/#) (дата обращения: 27.03.17).

## **РОЛЬ МЕЖПРЕДМЕТНЫХ СВЯЗЕЙ В ШКОЛЬНОМ КУРСЕ**

Актуальность выбранной темы исходит из того, что в нашей педагогической практике постепенно выработалось понимание предметоцентризма и комплексности обучения как взаимодополняющих, а не друг друга исключающих способов преподавания школьных учебных предметов. В связи с чем направленность на межпредметные связи стало выступать важным принципом педагогики, так как формирование знаний в существующих реалиях осуществляется на предпосылках становления непосредственно общества знаний.

Но несмотря на тот аспект, что данные связи выступают ведущим принципом современной дидактики, а большая часть специалистов в данной области ее придерживается, а понятие «межпредметные связи» находится вне рамок организационных форм нашей школьной системы. Следовательно, в целях улучшения эффективности образовательного процесса в средней школе необходимо исключение данного противоречия посредством активного поиска форм и методов его преодоления.

На современном этапе в педагогической литературе сформировалось значительное количество определений категории «межпредметные связи», а также представлены разнообразные классификации и подходы к их педагогической оценке. То есть можно говорить, что данный предмет изучен на достаточном уровне.

На наш взгляд наиболее полным и конкретным определением можно считать следующее: педагогическая категория, используемая для определения синтезирующих, объединяющих отношений между объектами, явлениями и процессами реальной действительности, нашедших свое отражение в содержании, формах и методах учебно-воспитательного процесса и выполняющих непосредственно образовательную, развивающую и воспитывающую функции в их единстве [1].

В школьном обучении межпредметность выступает как дидактический принцип и как условие объединения разнообразных учебных предметов посредством использования единых целей и задач, методов, содержания, средств и форм обучения. В связи с чем такие связи оказывают огромное влияние на структуру и состав учебных предметов, так как каждый учебный предмет непосредственно в той или иной степени является источником межпредметных связей.

Использование выявленных и в дальнейшем интегрированных в учебный процесс наиболее важных ведущих положений учебных тем межпредметных связей позволит достичь следующих результатов:

- а) сконцентрировать внимание учащихся и учителей на основных моментах учебных предметов, играющих главную роль в раскрытии передовых идей наук;
- б) реализовывать последовательную работу по установлению межпредметных связей, постепенно усложняя уровень познавательных задач, увеличивая поле действия творческой инициативы и познавательной самостоятельности школьников для наилучшего и наиболее результативного применения многоаспектных межпредметных связей;
- в) развивать познавательные интересы учащихся посредством различных учебных предметов в их органическом единстве;
- г) реализовывать интерактивное сотрудничество между учащимися и учителями построенное на творчестве;
- д) изучать главнейшие мировоззренческие задачи и вопросы, которые являются актуальными на сегодняшний день, средствами разных предметов и наук [2].

Именно полученные результаты и раскроют значимость данных связей, отсутствие хотя бы одного из результатов выявит несостоятельность межпредметности, проблемы в выборе непосредственно методов и инструментов, а возможно и неверности подхода к выявлению необходимых тем и опорных точек в преподавании.

Реализация данных связей способствует систематизации, а, так же серьезности и прочности знаний, дающая ученикам целостную картину мира. Но стоит отметить, что связи между отдельными предметами имеют свою специфику, накладывающую ответственность за выбор на преподавание.

В дидактике на сегодняшний день присутствует ряд апробированных методических приемов по осуществлению межпредметных связей, из которых можно выделить следующие методы такие как:

- постановка и разработка особых задач, которые по своему содержанию направлены на применении материала, с которым знакомы школьники из изучения других предметов;
- постановка школьникам вопросов, для ответа на которые потребуется знать приемы других предметов и их материалы;
- использование материалов и документов, носящих междисциплинарный характер, на приемах которого возможно показывать общие черты и отличия в подходах по отдельным дисциплинам;
- демонстрация и разработка сравнительных и аналитических таблиц;
- активизация усилий школьников по независимому применению знаний из смежных предметов и прочих доступных источников (телевидение, радио, Интернет и др.).

Межпредметность призвана формировать у школьников непосредственно высокий уровень знаний и компетентность. Что особенно важно в сложившейся ситуации перманентно меняющейся экономической и социальной среды, где традиционное обучение ориентировано на набор знаний и компетенций, в первую очередь необходимых для успешной сдачи единого государственного экзамена. Последнее непосредственно формирует у учащегося творческую безынициативность, репродуктивное мышление в сопровождении с интеллектуальной пассивностью и сугубо прагматическое отношение к полученным знаниям во время обучения. Стоит заметить, что сложившаяся ситуация усугубляется сформированной моделью обучения, в которой учителем доводятся только конкретные знания и соответствующие приемы принятия решений и последующие формализованные действия для дальнейшего воспроизводящего уяснения. Таким образом, можно констатировать, что данный традиционный подход к образованию не отличается приоритетами формирования методологии обретения творческих умений. В итоге мы можем наблюдать противоречивую ситуацию, в которой с одной стороны традиционные показатели функционирования образования могут расти, а с другой стороны – эффективность и качество образования не отвечать современным требованиям обществ.

Отмечается, что в современном обществе знаний происходит трансформация образовательной системы, ключевую роль в которой начинают играть знания, полученные за счет создания надежных межотраслевых связей науки (производства знаний), образования (трансляции знаний) и экономики (применения знаний).

Большую роль начинает приобретать формирование надежных межотраслевых связей науки (производства знаний), образования (трансляции знаний) и экономики (применения знаний). Данная модель «наука – образование – экономика» – это новое явление в области образования, которая традиционно связана только с наукой. В свою очередь, создание межотраслевых связей способствует осуществлению социальных благ, таких как рост средней продолжительности жизни, упадок детской смертности, повышение здоровья, питания и санитарных условий. Это непосредственно обуславливает достаточно высокую потребность в высококвалифицированных специалистах, обеспечить которую должна система образования [3].

Признание роли межпредметных связей в процессе обучения учащихся и вызовы грядущего общества знаний относительно человеческого капитала непосредственно дают весомые аргументы для того, чтобы ясно выделить важную функцию развивающихся межпредметных связей – формирования предпосылок потенциальной синергии активной деятельности человеческого капитала в условиях становления общества знаний.

Следовательно, существующая эпоха общества знаний описывается качественно новой формой общественного воспроизводства, главную основу которой представляют не материальные аспекты, как это было ранее на протяжении практически всей истории человечества, а духовные, такие как информация, знания, творчество. В связи с этим значительным образом изменяются требования к образованию, нацеленному на непрерывное обучение в течение всей жизни.

Резюмируя все вышеприведенное, можно сделать вывод, что системная совокупность описанных требований повышает не просто актуальность модернизации современной системы образования, а непосредственно интегрирует данные процессы в императивы современного общественного развития. В процессе обучения в средней школе важным является существенное повышение роль межпредметных связей, посредством которых создаются условия для творческого восприятия большого количества объективных знаний о природе и обществе, необходимых для понимания современному обществу, живущему в эпоху развития экономики знаний.

#### Литература

1. Балашова И.В. Проблемы мотивации и стимулирования в непрерывном образовании // Проблемы стратегии и тактики регионального развития. – 2013. – Т. 3. – С. 100–104.

2. Дмитриева Л.М. Настоящее и будущее профессиональных стандартов: вопросы адаптации к новым реалиям // Л.М. Дмитриева, О.А. Козлова // XX международная научно-методическая конференция заведующих кафедрами маркетинга, рекламы, связей с общественностью, дизайна и смежных направлений: сборник материалов / Ассоциация Коммуникативных Агентств России. – 2016. – С. 51–57.

3. Рубинштейн М.М. История педагогических идей в её основных чертах. – 3-е изд-е. Иркутск, 2013.

УДК 378.1

**П.В. Крылосова, студент**

*Научный руководитель: В.С. Петрова, канд. культурологии, доцент  
г. Нижневартовск, Нижневартовский государственный университет*

## **ДИСТАНЦИОННОЕ ОБРАЗОВАНИЕ В ХАНТЫ-МАНСЬИЙСКОМ АВТОНОМНОМ ОКРУГЕ – ЮГРЕ**

Организация обучения с использованием дистанционных технологий становится все популярнее, распространено в высшем и общем образовании, а также как основном, так и в дополнительном. Это происходит в полном соответствии с современными трендами развития образования в мире, в России: по материалам форсайт-прогноза «Образование – 2030» Агентства стратегических инициатив, так и с законодательной базой: Федеральный закон от 29.12.2012 г. № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации», Ст. 16. «Реализация образовательных программ с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий» [6]. Пункт 1 этой статьи определяет дистанционные образовательные технологии следующим образом: «образовательные технологии, которые реализуются, как правило, с использованием информационно-телекоммуникационных средств связи при взаимодействии на расстоянии учащихся и педагогических сотрудников»

Высокая популярность данной формы обучения является: информатизация образования, которая стремительно набирает высокий темп развития; высокая телекоммуникация технологий, а именно – интернет. Для детей с ограниченными возможностями открываются большие перспективы, с помощью которых появляется шанс обучаться эффективнее, чем это было доступно ранее. Дистанционное образование позволяет обучаться в любое удобное время, на любом расстоянии от образовательного учреждения, при этом оставаясь дома, это актуально для детей с физическими заболеваниями, для которых именно это является преградой для получения образования.

В Ханты-Мансийском автономном округе – Югре дистанционное обучение набирает обороты. Начиная с 2009 года, в нашем регионе развиваются проекты, направленные на экспериментальное обучение учащихся 10-11 классов на базовом и профильных уровнях по отдельным предметам, а для учащихся 5 классов по трем курсам: математика, русский язык и история. Также и для учителей, создаются курсы повышения квалификации, которые направлены на специалистов, ответственных за организацию дистанционного обучения учащихся старшей школы.

В рамках проекта по модернизации региональных систем общего образования в 2013–2014 учебном году в Ханты-Мансийском автономном округе – Югре организовано дистанционное обучение учащихся 2–11-х классов по всем предметным областям Базисного учебного плана с использованием функционального и образовательного ресурса Информационно-образовательной платформы для дистанционного обучения, для этого используются Интернет-Технологии.

Однако в системе электронного образования имеются объективные трудности, а именно проблемы. В первую очередь, это финансирование в условиях экономического кризиса. Второй существенный недостаток всех программ электронного образования является их «догоняющий», а не «опережающий» формат. Они не успевают за развитием информационно-коммуникативного общества. Третья проблема – однобокий взгляд на электронное обучение, когда в центре внимания оказывается приспособление к средствам информации и коммуникациям как таковым. SMART-общество заинтересовано в необходимости фокусировки on-line-образования на развитии человека, использующего новые технологии, его изменяющейся ментальности. Информационный хаос, с которым сегодня сталкивается современный человек, особенно в Интернете, определяет перенос акцентов формирования медиакультуры на обучение качественному поиску информации, ее систематизации, этике общения, что должно стать одним из приоритетных целей электронного образования.

Ярким примером школы, которая занимается дистанционным обучением является Муниципальное бюджетное общеобразовательное учреждение «Средняя общеобразовательная школа № 2» г. Нягань Ханты-Мансийский автономный округ – Югра [1].

Их цель заключается: во-первых, обеспечить доступ к качественному как общему, так и дополнительному образованию; во-вторых, создать условия для выбора и освоения образовательных программ; в-третьих, развитие творческого потенциала обучающихся.

Эффективность достигается путем расширения пространства взаимодействия и общения детей с ограниченными возможностями; свобода выбора курсов; общения учителя и ученика при использовании сетевых возможностей является более эффективной, чем традиционная; индивидуальная учебная программа; использование компьютерных технологий.

В рамках программы «Развитие образования Ханты-Мансийского округа – Югры с 2008–2010 года» школа получила специальное оборудование для обучения 50 детей и работы 20 учителей по дистанционным обучающим технологиям, на сумму 9 млн рублей. На сегодняшний день 35 комплектов ученического оборудования передано в другие территории, но и оставшихся 15 комплектов достаточно для организации и обеспечения реализации проекта «Дистанционное обучение детей с ограниченными возможностями здоровья».

С 2009 по 2012 годы 15 преподавателей школы, прошли курсы повышения квалификации по программе «дистанционное обучение детей с ограниченными возможностями здоровья с использованием интернет». Данная технология обучения требует постоянного совершенствования педагогического мастерства [3], поэтому систематически учителя продолжают повышение квалификации дистанционно на базе центра образования «технологии обучения» г. Москва, изучая предметные курсы и курсы дополнительного образования, выбранные учащимися и родителями для обучения. С сентября 2009 года центр образования «технологии обучения» (г. Москва) обеспечивает методическое сопровождение деятельности школы по организации дистанционного обучения детей-инвалидов, включая предоставление доступа к образовательным ресурсам и организацию консультативно-методической помощи в дистанционном режиме.

Таблица 1

**Динамика численности учащихся, обучающихся дистанционно на дому, за три года**

Учебный год	Общее число инвалидов	Обучается на дому	Обучающиеся дистанционно
2009–2010	12	9	8
2010–2011	13	11	11
2011–2012	13	11	11
2012–2013	11	10	10
2013–2014	11	10	10
2014–2015	13	12	12

В целях привлечения внимания родителей, дети которых посещают детские сады и школы города, проводятся информационные семинары на тему «обучение детей с использованием дистанционных интернет-технологий». На них в индивидуальном порядке приглашаются родители детей-инвалидов со всего города [2]. Родители получают информационный материал по следующим вопросам: как подготовить ребенка к школе, как обеспечить ему качественное обучение и развитие творческих способностей через дополнительное образование, как и чему можно научиться используя систему интернет, как сохранить здоровье ребенка.

В целях обеспечения прав детей-инвалидов и повышения правовой и законодательной просвещенности родителей, согласно письма МО РФ № 06-308 от 21.02.2012 содержащее рекомендации об использовании детьми-инвалидами компьютерного оборудования после окончания общеобразовательного учреждения, в том числе для получения профессионального образования. Каждый из родителей выпускников может получить комплект дистанционного оборудования в дар. так в 2012 году выпускник школы Колесников Кирилл получил в дар от школы комплект оборудования для продолжения обучения в колледже.

Информационный потенциал, характерный для дистанционных технологий, таких как телеконференции, реализуется в модели виртуальных классов и университетов. Эта модель приведет к тому, что образовательный процесс будет не только удаленным, но и независимым от любых учреждений. И наш Ханты-Мансийский автономный округ – Югра подает большие надежды для осуществления данной миссии.

## Литература

1. Панова Е.М., Петрова В.С. Дифференцированный подход к учащимся / Е.М. Панова, В.С. Петрова // Восемнадцатая всероссийская студенческая научно-практическая конференция Нижневартковского государственного университета. – 2016. – С. 834–836.
2. Петрова В.С. Подготовка будущих учителей с учетом требований ФГОС ООО в рамках дисциплины «Методика обучения и воспитания в области экономического образования» / В.С. Петрова // Традиции и инновации в образовательном пространстве России, ХМАО-Югры и НВГУ: Материалы V Всероссийской научно-практической конференции / отв. ред. В.Б. Иванов, А.Ф. Васинова. 2016. С. 133–136.
3. Российская Федерация. Законы. Приказ Минобрнауки РФ от 29.12.2012 г. № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации». Ст. 16. «Реализация образовательных программ с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий».
4. Сайт школы № 2 г. Нягани. – URL: <http://86sch2-nyagan.edusite.ru>

УДК 331

**А.А. Лодятая, студент**  
**С.В. Ильенков, магистрант**

*Научный руководитель: Е.С. Моница, ст. преподаватель*  
*г. Волгоград, Волгоградский филиал Российского экономического университета им. Г.В. Плеханова*

## ЧЕЛОВЕЧЕСКИЙ КАПИТАЛ В СИСТЕМЕ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ОТНОШЕНИЙ

Глобальный кризис подчеркивает особое внимание многих исследователей на разработке различных материалов функционирующего капитала, который также связан с социально-экономической инфраструктурой, институтами общественно-хозяйственной жизни населения. Если глубокий спад в какой-то мере различными способами может уравнивать экономическую систему стран, то выходом из этих ситуаций является формирование сильных и постоянных разрывов между ними, ведь из-за того, что пассивные стратегии восстановительного роста оставляют одни страны позади, а инновационные (активные) стратегии увеличивают другие страны вперед. В данный момент, кризисная ситуация укладывает основу для фундаментальных перемен в мировой экономике и изменение лидера на своем посту. И если в кризисной ситуации, нужно верно принимать стратегическое решение, то оно обеспечит успех на долгие годы.

Вектор экономического обновления появился намного раньше, чем глобальный кризис, еще в то время, когда «экономика, была основана на знаниях», и когда говорили о тенденциях капитальной стоимости, связанных с изобилием знаний. Из этого следует, что главными факторами утверждающегося нового строя общества стали нематериальные качества и бесценный потенциал человечества.

Благодаря этим факторам, наука отреагировала на открывшиеся преобразования, которые повлекли новый ряд категорий, в том числе и человеческий капитал. Ведь любые новшества связаны с развитием науки и это происходит из наличия многих предпосылок данного утверждения. Итак, рассмотрим научные предпосылки ученых, которые связаны с категориями человеческого капитала:

- представление К. Маркса о сущности человека как совокупность общественных отношений.
- понятие Й. Шумпетером о предпринимательстве как о деятельности, создающее новейшие капитальные комбинации и др.

Рождаемость новых категорий показывает нам, что именно человеческий капитал преобладает в современном мире и экономической литературе. Благодаря литературе, мы видим, что новшества преобладают над сторонниками и отдают себя в жертву, чтобы приносить собственную определенность и проявлять смелость и ловкость.

Итак, если бы были высочайшие доходные ожидания от инвестиций в высшее образование. И поэтому о человеческом капитале стали разговаривать бизнесмены, политики, люди высших слоев населения. Но все же, чтобы реализовать такие ожидания в них нужно вкладывать денежные средства. Поэтому, в средневековом веке стали писать о образовании и его инвестициях, чтобы стать счастливыми обладателями высшего образования.

Из-за развития человеческого капитала и увеличению доходов от инвестиций в знания, привело к кризису оценки общества. Кризисная ситуация в хозяйстве – это уменьшение ненужных продуктов питания на рынке, избавление от множественных факторов производства и ненужных организаций.

Продолевание расширенного понятие человеческого капитала дает нам понять, что оно находится в системе экономических знаний, и мы можем получить оценку ее возможностей в системе нашей страны. Но если что-то пойдет не так, то доверие общества к человеческому капиталу будет совершенно исчерпано.

Капитализация является помощником в достижении простого фактора, который будет извлекать доход. Но еще не стоит забывать про редукцию – тут весь избыток способностей отделяется и остается все самое необходимое, для востребованного продукта.

- формула капитала, которая появилась и стала реализуемой К. Марксом, берет и относит в себе человеческий капитал. Именно это и интересует нас в данной категории.

Отличие человеческого капитала от других факторов связано с тем, что причиной производства стоимости является не простая вещь, а живое существо, способное подключиться к капитальной комбинации в качестве создателя, а не просто в виде обычного элемента. Именно из этого, мы можем сказать, что это обстоятельство позволяет узнать о человеческом капитале намного больше.

- капитализация показывает нам потенциал человека как субъект – носитель, то есть, человеческий капитал взаимосвязан с процессами производства стоимости и с субъектом, также под его контролем.

- человеческий капитал является творением, то есть, способствует преобразовывать различные элементы общества.

- он способствует высоким развитым продуктом эволюции, связанным с личным фактором производства.

Из последней формулировки, можно связать человеческий капитал с рабочей силой. И прежде, чем реализовать часть личного капитала покупателям, нужно соответствовать условиям:

- быть открытым и свободным, чтобы управлять своими силами;
- для своей материальной жизни не иметь никаких других путей;
- нужно обладать развитыми способностями и навыками, для востребованного рынка.

Рабочая сила одна из особых форм выявления личности, коротая, способствует труду и является результатом сделки купли – продажи отводятся от субъекта – носителя с реализацией ее в факторы производства стоимости. В этом факторе имеют место экономическая переработка человека.

Свободная сила личности являются в жизни фактором труда, ведь у каждого человека существует разные мысли, одни думают о сведениях к роли функционирующих рабочей силы, а другие – к роли распорядителей развития человечества. Итак, по исследованию К. Маркса можно прийти к выводу о том, что наемные рабочие формально являются личностями, которые значат сами по себе.

И все это значит, что человек – это личность, который сам решает, как будет действовать в разных ситуациях, контролирует обмен веществ, свободен перед собой и своей жизнью [5, с. 91]. Свобода силы, которая противоречит факторам производства и существует за счет ее работы, невыгодна.

Изготовитель машин создает своими силами основу крупной промышленности и из-за этого нуждается в материальной поддержке и высокой подготовки профессионалов. Тем более, рабочая сила улучшает свои возможности вместе с прогрессом техники, ведь из-за новшеств нужно увеличивать технологии и переходить к интенсивному виду развивающегося труда рабочих.

Чтобы стать в числе рабочей силы, нужно противодействовать ей в форме свободы силы человека. Ведь то, что раньше было, это совершенно не показатель сейчас.

Для того чтобы качественное превращение наемных работников и благоприобретенных партнеров владельца капитала свершилось, то нужно выполнять меры, с условиями:

- субъекту труда переходить свой «порог меры», который должен знать индивид, с высокой квалификацией рабочей силы, формировать новые комбинации и приносит эффект самовозрастания стоимости.

- этот индивидуальный переход получает общественное признание – за основным наемным работником закреплён статус начальника, партнера и видов капитала. Институциональный переворот является более сильным, чем переворот в области технологий и бизнесе.

Признание общества в экономической инновации, которое снабжает рынок и отрицает разнообразные претензии со сторон субъекта, способных только продавать рабочую силу. Такие моменты говорят нам о том, что будут навязывать свои предложения и мысли. Но при этом переход от однородных рыночных систем к неоднородным, разыскивающий новое равновесие.

Такой переход от одного состояния в другое, связан с оплатой средств заинтересованных лиц. Наиболее задействованы в этом сами номинанты на новый статус рынка и поэтому нужно, инвестировать:



- развивать или квалифицировать уровень образования и свои способности.
- готовность общества признавать появление в экономической сфере факторы, которые связаны с человеческим капиталом. О. Уильямсон показал нам, что институциональные перемены намного дороже, чем сильнее они запаздывают [4, с. 595].

Человеческий капитал, относит в себя и различные виды капитала, которые входят в процесс самого возрастания стоимости. Ведь сущность состоит в обеспечении обновленных элементов самой стоимости связанной с энергией.

Человеческий капитал – это многообразное явление, которое формируется в результате разных форм организации личного потенциала. Это определение дает нам понять, что тип воспроизводства приведет к развитию человеческого капитала и благодаря его формам, нуждается еще в инновациях.

Основными подходами к квалификации форм человеческого капитала являются:

1. Использование признаков ориентации этих форм, которые позволяют выделять формы человеческого капитала:

- интеллектуальный капитал – человек, это разумное существо, которое способно думать, действовать и принимать решение самостоятельно.
- художественный капитал – это связано с красотой, которая нас окружает, и к которой мы стремимся.
- физический капитал – это форма, связанная с физической подготовкой человека, стремлением заниматься спортом, посещать культурно – массовые мероприятия и др.

2. Использование признаков уровня обобщенного человеческого капитала, по которому можно выделить следующие формы:

- частная форма, связанная с индивидуальными и семейными средствами, в которых характерны отношения частной собственности.
- смешанная форма, она связанная с частными и корпоративными источниками, это четкое разграничение объема инвестиций, защит различных прав собственности и многое другое.
- социализированная форма – связана с территориальной общностью людей, все что между населением страны, регионов и сообществ, инвестирование идет за счет бюджетных и внебюджетных фондов.

3. Использование признаков феномена человеческого капитала, которые выделяют следующие формы:

- уникальная (концептуальная) форма, а значит, ориентирована на создание разных методов и концепций.
- организационно-технологическая форма, ориентирована на новую технику и улучшение способов производства.

Глобальный кризис решает различные задачи финансово-институциональных факторов и политической воли. Из этого следует, что существует разные ряды институциональных преобразований, которые связаны с решением этих задач.

1. Формирование эффективных национальных механизмов, связанных с защитой отношений собственности. В экономической системе, человеческий капитал расходится с мнением государства.

2. Применение рентных доходов и целей модернизации экономики, формирование спроса и поддержание процесса человеческого капитала.

- образование финансовых, строительных и товарных целей, связанных массовыми обманами вкладчиков, потребителей.
- продумывание механизмов, которые позволяют не платить за налоги и сборы по таможне.
- люди играют в азартные игры и т.д.

3. Интенсивное развитие инвестирования экономической культуры. В этом факторе говорится о том, что в современном мире, особенно в развитии России, в отечественной культуре нанесен сильный урон, в том числе экономическая культура и сбережения и управления, и др. И все попытки все исправить, оказываются безуспешными.

А.Чехов писал про человеческий капитал в письме С. Дягилеву о том, что потери собственной культуры делают нас жертвами пассивных внешних эксплуатаций [1, с. 508]. В глобальном экономическом участке человек навязывает свои потребности, мысли, качества.

Итак, человеческий капитал осуществляется в процессе накопления опыта и знаний предшествующих поколений и утверждается в хозяйственном процессе и обеспечивает упорядоченность и развитие систем экономических отношений.

При этом все формы экономической культуры обеспечивают устойчивое развитие нужных элементов самой системы. В человеческом капитале формируются нормативы культуры создания и накоплений потенциалов самих людей.

#### Литература

1. Макиавелли Н. Рассуждения о первой декаде Тита Ливия / Н. Макиавелли // Государь: сочинения. М.: ЭКСМО-Пресс, 1998. – 656 с.
2. Мони́на, Е.С. Человеческий капитал как экономическая категория [Текст] / Е.С. Мони́на, С.С. Попова // Наука и инновации в современных условиях: сборник научных трудов по материалам международной научно-практической конференции (18 декабря 2016 г.). – Екатеринбург, 2016. – С. 224–228.
3. Полищук Е.А. Человеческий капитал в экономике современной России: проблемы формирования и реализации. Ижевск: ИЖГТУ, 2005. – 150 с.
4. Уильямсон О. Экономические институты капитализма / О. Уильямсон – СПб.: Лениздат, 1996. – 702 с.
5. Хэгстром Р.Дж. Инвестирование: Последнее свободное искусство / Р.Дж. Хэгстром. – М.: Олимп-Бизнес, 2005. – 288 с.
6. Шумпетер Й. Капитализм, социализм и демократия / Й. Шумпетер. – М.: Экономика, 1995. – 540 с.

УДК 378.1

**В.В. Мартояс, студент**

*Научный руководитель: А.В. Родин, канд. экон. наук, доцент  
г. Краснодар, Кубанский государственный университет*

### **ОРГАНИЗАЦИЯ РЕГИОНАЛЬНОЙ ПЛАТФОРМЫ «ОТКРЫТОЕ ОБРАЗОВАНИЕ КУБАНИ И КРЫМА»**

Образование и наука играют ключевую, системообразующую роль в формировании человеческого капитала социально-экономического развития любой территории, в обеспечении жизнедеятельности и прогресса общества [1, с. 171]. Создание системы открытого непрерывного образования служит ключевым условием повышения уровня свободы ведения бизнеса [2, с. 893], создания условий для развития малого и среднего предпринимательства [3, с. 324]. В свою очередь, человеческий капитал является важнейшим фактором развития, обеспечивающим включенность территории размещения в формирование системы экологически устойчивого ее развития, создание «зеленой» экономики, применение экологически чистых и энергосберегающих технологий и др. [4, с. 169; 5, с. 127].

За последние 40 лет количество студентов в мире возросло более чем в 12 раз и превысило 80 млн человек. По данным рейтинга индекса уровня образования среди всех стран мира Россия занимает 32 строчку с индексом 0.806 [6]. По мнению ряда экспертов, препятствием для развития человеческого капитала в Краснодарском крае служит отсутствие организационно сформированного научно-образовательного кластера [7, с. 154]. С одной стороны, регион обладает достаточно высоким уровнем человеческого потенциала, с другой – наметившаяся негативная тенденция сокращения числа высших учебных заведений в последние годы привела к сокращению численности студентов (включая обучающихся в филиалах) на треть, хотя по численности учащихся Краснодарский край в ЮФО занимает первое место с общей сложностью 611,1 тыс. человек.

В 2015 г. действовало 28 учреждений, ведущих подготовку аспирантов, из них 8 – подготовку докторантов. В высших учебных заведениях и научно-исследовательских институтах проходили обучение 2073 аспиранта, что на 3,5% меньше, чем в 2014 г., или только 64,8% по сравнению с 2010 годом, когда обучалось 3197 аспирантов. Особенно важно, что выпуск аспирантов с защитой диссертации сократился за этот период с 200 человек до 87 (или в 2,3 раза). Численность докторантов по сравнению с 2014 г. уменьшилась в 1,5 раза, а прием в докторантуру по сравнению с 2010 годом сократился в семь раз. Из 16 докторантов, выпущенных в 2015 году, с защитой диссертации был только один [8].

Даже в тяжелых экономических условиях спрос на высшее образование остается высоким, более того, в последние годы он неуклонно растет. Степень удовлетворения этого спроса невелика, так как конкурс при приеме в университеты составляет более 2 человек на одно место, т.е. около 50% желающих не поступают в вузы. Получение образования частично реализуется через платные образовательные услуги как в государственных университетах, так и в негосударственных учреждениях.

Необходимо отметить, что современное дистанционное обучение дает большую возможность для студентов в получении как высшего образования, так и среднего профессионального образования в свободном временном режиме путем изучения предложенных учреждениями программ бакалавриата и специалитета, которые включают в себя лекции, видеоуроки, а также дополнительные материалы.

Привлекательность платформы «Открытое образование» состоит в том, что учащийся имеет возможность:

- 1) полностью освоить одну или несколько образовательных программ конкретного вуза по различным формам обучения в свободном временном режиме;
- 2) освоить основную или дополнительную программу в разных ВУЗах;
- 3) освоить в выбранном им ВУЗе цикл или группу интересующих его дисциплин по одной или нескольким формам обучения;
- 4) освоить интересующую его дисциплину по той или иной форме обучения, реализуемой определенным вузом.

Анализируя привлекательность открытого образования, можно отметить, что получение образования возможно в любой форме и на любом уровне. Мотивами ориентации обучаемого в прокторинге могут быть:

- 1) смена постоянного места жительства и желание продолжать обучение в том же образовательном учреждении, где было начато освоение образовательной программы;
- 2) отсутствие возможности освоить образовательную программу в нормативный срок в связи с занятостью на работе (по службе);
- 3) при определенных семейных обстоятельствах;
- 4) по состоянию здоровья;
- 5) желание освоить в свободном временном режиме дисциплины программы, разрешенные к изучению в дистанционной форме, с последующим очным или очно-заочным освоением тех дисциплин, по которым не допускается дистанционное обучение [9].

Открытое образование можно рассматривать как синтетическую форму получения образования, в которой органически сочетаются все известные формы образования – очная, заочная, дистанционная. Составной частью системы открытого образования является дистанционное обучение.

В процессе своего развития технология дистанционного открытого образования прошла несколько этапов становления.

Первый этап – форма дистанционного образования, в которой виды средств связи между преподавателями и учащимся здесь немногочисленны: обычная почта, телефон, компьютеры.

Второй этап развития условно можно обозначить: «педагог – множество учеников». На данном этапе виды связи более развиты, к ним добавляются видеолекции, компьютерные программы и прочее.

Третий этап развития дистанционного образования характеризуется появлением и ростом популярности Интернет.

Четвертый – этап развития дистанционного образования, основанный на комплексной виртуально-тренинговой технологии обучения с применением всех известных форм дистанционного открытого образования. Он основывается на современных внедрениях дистанционной технологии [10, с. 94].

При создании виртуальной образовательной среды в Интернет необходимо решать следующие задачи:

- 1) разработка технологической среды, выступающей в роли инструментальной системы;
- 2) порядок организации учебного процесса;
- 3) администрирование;
- 4) учет психолого-педагогических особенностей обучения в открытой образовательной среде;
- 5) контроль знаний.

Необходимо отметить, что Национальная Платформа «Открытое образование» является современной образовательной платформой, которая включает в себя онлайн-курсы по базовым дисциплинам, изучаемым в российских университетах, в таких как СПбПУ, МГУ, ИТМО, МФТИ, УрФУ и других.

Данные онлайн-курсы находятся в свободном доступе, то есть бесплатно и без формальных требований к базовому уровню образования. Для желающих зачесть пройденные курсы программы бакалавриата или специалитета в ВУЗах предусмотрена уникальная возможность получения сертификатов. Получение сертификата будет возможно при сдаче экзамена, который подтверждает наличие знаний, получивших за время курса.

Также автором было проведено исследование среди студентов ФГБОУ ВО КубГУ второго курса на направлении государственного и муниципального управления, которые поделились мнением об открытом образовании, результаты которого представлены на рисунке 1.

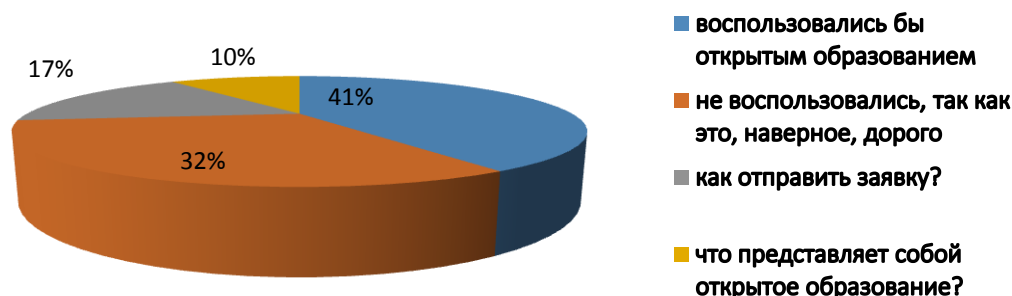


Рис. 1. Результат опроса среди студентов КубГУ об «Открытом образовании»

Отсюда можно сделать вывод, что определенное количество студентов не имеют понятия о такой современной платформе, как открытое образование, но, тем не менее, большинство хотели бы воспользоваться данной услугой.

На сегодняшний день система «Открытое образование» прошла пилотное внедрение в ряде школ Краснодарского края. В планах компании Prof IT – до апреля 2018 года подключить к системе 6000 российских школ [11].

В Краснодаре дистанционное образование активно развивается. В некоторых вузах уже действуют программы дистанционного обучения, хотя они и находятся на разных стадиях, отличается их охват образовательного процесса. Абитуриенты стремятся учиться максимально эффективно, желают иметь возможность не только получать знания, но и совмещать это с работой, личной жизнью, иметь больше свободного времени и спокойно планировать график занятий. Например, в Краснодаре наиболее широкие возможности для получения образования в современном формате предоставляет государственный вуз с большой историей – КубГТУ. В нем создано более 800 учебных комплексов, а конспекты лекций имеются по 38 основным специальностям.

Именно Кубанский государственный технологический университет имеет эффективное подразделение – факультет заочного и дистанционного обучения. В 2003 году учёный совет и ректор вуза приняли решение создать на базе бывшего вечерне-заочного отделения факультет заочного и дистанционного обучения. Были разработаны учебные комплексы, специальный план и программа внедрения технологий дистанционного образования.

В ФГБОУ ВО КубГУ в данный момент функционирует институт переподготовки и повышения квалификации специалистов. Там активно используются дистанционные образовательные технологии. Именно внедрение дистанционного формата позволило заметно увеличить количество обучающихся в данном институте КубГУ по целому ряду направлений переподготовки.

Также в КубГУ можно повысить квалификацию с использованием дистанционных технологий. Выбор направлений достаточно большой, из них наиболее актуальными являются:

- 1) содержательные и организационные аспекты педагогической деятельности в учреждениях профессионального образования;
- 2) современные педагогические технологии в формировании профессиональной компетентности преподавателя вуза;
- 3) управление государственными и муниципальными заказами и т.д. [12]

Важно отметить, что Крым для России – это дополнительный огромный рынок образовательных услуг. Следует учитывать тот факт, что наличие в Крыму высших учебных заведений с разными сферами направлений, уровень подготовки студентов, качество образования, материально-техническая база и прочее не позволяют решить современную задачу – обеспечить интеграцию Крыма в экономику России.

За последние годы количество студентов в Крыму снизилось с 45 тыс. человек до 33 тыс. человек. Снижение числа учебных заведений Республики обусловлено демографическими процессами и происходящими изменениями на рынке образовательных услуг. Если на начало 2001 года в Крыму работало 23 вуза, то сейчас их количество уменьшилось до 12. Необходимо отметить, что в Крыму фирмы испытывают серьезную нехватку квалифицированных кадров. Об этом сообщают руководители крупнейших предприятий полуострова, а также органы государственной власти. По их мнению,

основными причинами нехватки кадров является то, что выпускники образовательных учреждений не спешат устраиваться на работу, а программа самих образовательных учреждений часто оторвана от реальных потребностей рынка.

По данным постановления Совета министров Республики Крым от 20 января 2017 года № 11 количество государственных гражданских служащих Республики Крым, направляемых на обучение составляет 1505 человек. Всего численность государственных служащих составляет 5772 человек, учитывая, что в 2015 году из госслужбы были исключены сотрудники органов казначейства, сотрудников статистики и Пенсионного фонда [13].

В органах государственной власти Краснодарского края и местного самоуправления работали 22,6 тыс. человек (32,3%). Количество сотрудников муниципальной службы уменьшилось на 0,1%. К началу 2016 года было сокращено 10% госслужащих и сотрудников, работающих в курируемых органах исполнительной власти и структурных подразделениях администрации края. Численность студентов, поступивших на направление государственное и муниципальное управление в КубГУ, ежегодно составляет в среднем 60 человек, а выпускников, работающих в органах власти, составляет 35% от всех студентов, окончивших обучение.

В ходе исследования, автор пришел к выводу, что после присоединения Крыма к Российской Федерации необходимо создавать такие условия, которые удовлетворят потребности студентов в образовании, в получении человеческого капитала, так как не каждый студент Крыма имеет возможность приехать и поступить в Кубанский университет. Следовательно, что сетевое обучение может решить проблему качественно массовой подготовки специалистов, как высшего образования, так и специального профессионального образования.

Таким образом, необходимо на базе КубГУ создать региональную платформу «Открытое образование Кубани и Крыма», позволяющую решить в короткие сроки задачу формирования человеческого потенциала южных регионов. Но наряду с этим имеется другая проблема, ограничивающая дистанционное обучение – это уровень Интернета. Следовательно, необходимо стимулировать развитие сети, обеспечивать ВУЗы бесплатным Wi-Fi и прочими услугами за счет консолидированных бюджетов регионов, как основного источника финансирования.

#### Литература

1. Родин А.В. Социальный и человеческий капиталы как основа развития местного сообщества города Краснодар // Актуальные проблемы экономики и управления: вызовы XXI века: Материалы Всероссийской научно-практической конференции. Краснодар: Изд-во КубГУ, 2016. С. 167–174.
2. Максимова В.Д., Родин А.В. Факторы повышения уровня экономической свободы в России // Наука и образование: новое время. 2016. № 5 (16). С. 892–895.
3. Родин А.В. Управление развитием малого бизнеса на государственном уровне / А.В. Родин // Вызовы XXI века: государственное, муниципальное, корпоративное управление: материалы международной научно-практической конференции (г. Сочи (Адлер), 1-4.10.2015). Часть 1/ отв. ред. А.В. Егупов. – Краснодар: Кубанский гос. ун-т, 2015. – С. 319–329.
4. Родин А.В. «Зеленая» экономика: формирование точек роста / А.В. Родин, К.Н. Бабичев // Экологическая безопасность региона: Сборник статей VIII Международной научно-практической конференции естественно-географического факультета (10-11.11.2016 г., г. Брянск). – Брянск: Изд-во БГУ, 2016. С. 124–128.
5. Родин А.В. Формирование системы экологически устойчивого местного развития [Текст] / А.В. Родин, К.О. Авакян // Экономика и предпринимательство. – 2016. – № 11 (ч. 2) (76-2). С. 323–327.
6. Рейтинг стран мира по индексу уровня образования // Информационно-аналитический портал Гуманитарные технологии. URL: <http://gtmarket.ru> (дата обращения: 29.03.2017)
7. Авдеева Т.Т. Возможности постиндустриального развития Краснодарского края / Т.Т. Авдеева, А.В. Родин // Экономика и предпринимательство. – 2016. – № 11 (ч. 1) (76-1). – С. 150–156.
8. Краснодарский край в цифрах. 2015: Стат. сб. [Электронный ресурс] / Краснодарстат – Краснодар. – 2016. – Режим доступа: [http://krsdstat.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat\\_ts/krsdstat/](http://krsdstat.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_ts/krsdstat/) (дата обращения: 22.11.2016).
9. Основания и технологии открытого образования [Электронный ресурс] // Официальный сайт «Открытое образование». – Режим доступа: <http://opencu.ru> (дата обращения: 29.03.2017)
10. Далингер В.А. Этапы становления и развития дистанционного образования в России // Информационные технологии в образовании: материалы XI конф.-выставки. М.: МИФИ, 2012. 200 с.
11. Новые технологии [Электронный ресурс] // Информационно-коммуникационные технологии в образовании: портал. – Режим доступа: <http://www.ict.edu.ru> (дата обращения: 29.03.2017).
12. Дистанционное образование в Краснодаре: вузы, специальности, особенности [Электронный ресурс] / Московский центр дистанционного обучения. – Режим доступа: <http://bakalavr-magistr.ru> (дата обращения: 29.03.2017).
13. Постановление Совета министров Республики Крым от 02 февраля 2016 года № 27 (в редакции постановления Совета министров Республики Крым от 20 января 2017 г. № 11) [Электронный ресурс] // Официальный сайт Правительства Республики Крым. – Режим доступа: <http://rk.gov.ru> (дата обращения: 30.03.2017).

## **ПРОГРАММЫ ПОДДЕРЖКИ АКАДЕМИЧЕСКОЙ МОБИЛЬНОСТИ: ВОЗМОЖНОСТЬ ПОЛУЧЕНИЯ КАЧЕСТВЕННОГО ОБРАЗОВАНИЯ ЗА РУБЕЖОМ**

В системе высшего образования происходят постоянные процессы реформирования форм и содержания работы студентов и преподавателей. Современная социально-экономическая ситуация создает определенные предпосылки для развития и внедрения в образовательный процесс различных инновационных проектов с целью достижения оптимального баланса между количественными и качественными показателями системы. Некоторые вузы предпринимают попытки внедрения в свою деятельность малых инновационных предприятий, исследовательских научных центров, отделов международных связей и сотрудничества, оформляют результаты интеллектуальной деятельности. На наш взгляд, внедрение инноваций в структуру высшего профессионального образования позволит сформировать в перспективе такую систему управления образовательным процессом, работниками, структурой вуза, которая сможет достичь максимальной эффективности.

Одной из инноваций в современном образовании является академическая мобильность. Мобильность (от лат. *mobilis* – подвижный – подвижность, передвижение, перемещение) воспроизводилась в образовательном пространстве на всех стадиях его существования, начиная с самой ранней стадии «евроинтегрированности» [1, с. 190].

Мобильность в вузе, связывают с термином академической мобильности. Т.е. академическая мобильность – обеспечение свободного выбора студентом места, формы и средств обучения. С академической мобильностью тесно связан термин «академическая свобода», означающий предоставление определенных прав преподавателям, ученым и студентам. Этот термин заимствован из западных социальных работ, и его появление на постсоветском пространстве создает определенные методологические сложности.

Л.Г. Сокурянская дает следующее определение академической мобильности: «в широком смысле – это социальное перемещение агента, которое не сопровождается изменением его социального статуса (горизонтальная мобильность), осуществляется с целью продолжения образования как внутри своей страны (академическая миграция), так и за рубежом (академическая эмиграция). Ключевым понятием выступает категория «мобильность» как горизонтальный вид социального перемещения [3, с. 162].

Таким образом, можно говорить об академической мобильности и как о разновидности социальной мобильности, т. е. изменение индивидом или группой своей социальной позиции в социальном пространстве. На сегодняшний день в России уже действуют различные сети межвузовских центров международного сотрудничества, которые активизируют международную деятельность высшей школы, в том числе в области образовательных услуг. Подготовка кадров для зарубежных стран как элемент международного сотрудничества российских вузов дополняется их участием в различных международных проектах, в основном образовательного характера (проекты ЮНЕСКО, ТЕМПУС, ТАСИС) [3, с. 73].

С этой целью, начиная с 1990-х гг., создаются межвузовские маркетинговые службы, ориентированные на изучение рынка образовательных услуг и рекламу российских вузов, однако до сих пор остается потребность в повышении квалификации, переподготовке кадров, работающих с иностранными студентами, осуществлении регулярного обмена опытом работы с иностранными студентами на отраслевом, региональном и всероссийском уровнях. Для получения опыта, компетенций, определенных качеств существуют различные программы по обмену студентов, преподавателей, работников высшего учебного заведения, программы по академической мобильности.

Главная цель академической мобильности сегодня – дать студенту возможность получить разностороннее европейское образование по выбранному направлению подготовки, обеспечить ему доступ в признанные центры знаний, где традиционно формировались ведущие научные школы, расширить познания студента во всех областях европейской культуры, привить ему чувство гражданина Европы [4, с. 30].

Согласно рекомендациям Болонской декларации, желательно, чтобы каждый студент проводил семестр в каком-либо другом вузе, предпочтительно, зарубежном. Глобализация предоставляет воз-

возможность получать качественное образование за рубежом, в странах Европы. Чтобы получить грант на обучение за границей, существует единственное правило – наличие диплома российского вуза или справки об обучении в вузе.

По мнению О.Н. Козловой, «в глобализирующемся университетском мире обменные процессы интенсифицируются, перемещения приобретают перманентный характер... Потребность в интеграции миров европейского университета переживается сегодня как чрезвычайно острая. И, одновременно, оформляется представление о том, что интеграция не безгранична. Внутренние границы сближения определяются «инстинктом самосохранения» культур разных народов. Обеспечению неомогенности служит обратный миграции процесс оседания, умещения, закрепления подсистем университетского мира внутри границ, определяемых культурно (ментально), политически и, наконец, экономически. Таким образом, две характеристики – пространственная закреплённость и пространственная подвижность участников университетской жизни – являются атрибутивными для мира университета» [2, с. 189].

Обучение за рубежом дает возможность сохранить способность к самостоятельности и во время обучения в школе, и в вузе, учит ставить и достигать цели, невзирая на сложности. Заграничное образование предоставляет студентам из России широкие перспективы: стажировки, получение работы за границей, освоение современных профессий, освоение иностранных языков. Вместе с документом об окончании заграничного университета приобретается неоценимый опыт учебы, общения и жизни в многонациональной среде, польза от которого будет ощущаться все годы жизни.

Получить возможность заграничного образования позволит грант на обучение за границей. Существуют различные варианты получения гранта, к ним относят:

- **Правительственный грант.** Вопросами правительственного гранта занимается непосредственно представительство страны. Как правило, вопросы стипендий и грантов относятся к ведению отдела по культуре/образованию. Также существуют специализированные агентства, например, такие, как Британский совет (British Council). Это организации, представляющие интересы различных фондов. Британский Совет (British Council), Германская служба академических обменов (DAAD), Французское агентство (CampusFrance), Шведский институт (Sweden Institute) и другие.

- **Самостоятельный грант.** Это самостоятельный способ поиска нужного зарубежного университета. В таком случае разослать информацию о себе по университетам или колледжам. Также полезно выяснить, не установил ли российский вуз партнёрские отношения с интересующим высшим учебным заведением за границей или не планирует ли установить такие отношения.

- **Фондовый грант.** Как отмечают практики, это самый трудоемкий вариант. Для этого следует непосредственно обратиться в фонд, заинтересованный в развитии данной области исследований, например, Фонд Форда (в России его представляет Институт международного образования), позволяющий получить грант на обучение в области искусства в любой стране мира.

Проведя анализ специфики стран по уровню образования, мы можем сделать выводы о том, что больше всего в списке фигурируют такие страны, как Германия (юридическое образование, экономика и финансы, техническое образование, естественные науки, медицина); США (юридическое образование, экономика и финансы, медицина); Великобритания (юридическое образование, экономика и финансы, гуманитарные дисциплины). Считается важным сделать выбор страны для обучения согласно собственным предпочтениям в образовательном процессе и специальности.

Для более существенного рассмотрения данной темы нами была разработана программа «Современное образование и академическая мобильность в ВУЗе». На основе проведенного социологического исследования (анкетирование и интервьюирование) иностранных студентов, обучающихся в тюменских вузах, а также некоторых студентов из г. Тюмени, обучающихся за границей разработан социокультурный проект для создания условий возможной реализации программ обмена российских студентов в зарубежные ВУЗы с целью повышения конкурентоспособности специалистов и повышения международного уровня высших учебных заведений России.

На основе результатов проведенного исследования мы пришли к выводу, что студентам и учащимся старших классов известно такое понятие, как «академическая мобильность» (93%). Больше половины опрошенных (64%) слышали о программах по обмену и грантах на образование, что позволяет сделать вывод о существующем интересе современных студентов к этому вопросу (72% тюменских студентов и школьников хотели бы поехать по обмену в другую страну в рамках образовательного процесса).

Кроме того, результаты анкетирования показали, что более половины опрошиваемых студентов-иностранцев давно мечтали учиться за рубежом, 96% из них пользовались программами обмена, 4% – грантами. В процессе исследования выяснилось, что существуют определенные трудности в по-

нимании языка и общении; отношение преподавателей и одноклассников к иностранцам более лояльное; особую разницу можно наблюдать в досуге студентов, менталитете, манере общения.

В рамках социокультурного проекта было проведено несколько мероприятий, направленных на формирование представления о национальных традициях различных народов и стран; поднятие уровня образованности в вопросах межкультурной коммуникации и международного обмена студентов.

#### Литература

1. Козлова О.Н. Университетское управление: практика и анализ // Устойчивый мир университета. – М.: ИПЦ УрФУ, 2014. – С. 190–191.
2. Сокурская Л.Г. Социокультурные основания академической миграции украинских студентов постсоветских мегаполисов: вызовы, факторы, последствия // Студенчество начала XXI века: ценностные ориентации и повседневные практики / под общ. ред. Ю.Р. Вишневого. Екатеринбург: УрФУ, 2012. – С. 161–168.
3. Скульмовская Л.Г. Развитие международных связей вуза как фактор повышения уровня профессиональной подготовки специалистов социально-культурной сферы // Профилактическая роль культуры и искусства / науч. ред. Е.Б. Заболотный. – Тюмень: РИЦ ТГАКИ, 2009. – С. 70–73.
4. Богословский В.И., Писарева С.А., Тряпицына А.П. Академическая мобильность: реализация в Болонском процессе: Методическое пособие для студентов. – СПб.: Изд-во РГПУ им. А.И. Герцена, 2007. – С. 30.

УДК 37.072

**Н.А. Надеинцев, студент**

*Научный руководитель: М.К. Малышева, ст. преподаватель  
г. Нижневартовск, Нижневартовский государственный университет*

## СТАНОВЛЕНИЕ И РАЗВИТИЕ МЕНЕДЖМЕНТА В ОБРАЗОВАНИИ

В данное время трудно назвать более важную и разностороннюю сферу деятельности, чем управление, или менеджмент, от которого в значительной мере зависят и результативность производства, и качество обслуживания населения.

Любая наука основывается на использовании исторического опыта.

В России пока еще не достигнуты высокие успехи в теоретическом и практическом изучении менеджмента.

Задачами менеджмента как науки являются разработка, экспериментальная проверка и применение на практике научных подходов, принципов и методов, обеспечивающих устойчивую, надежную, перспективную и эффективную работу коллектива (индивидуума) путем выпуска конкурентоспособного товара [1, с. 10].

В то же время конечной целью менеджмента как практики эффективного управления является обеспечение прибыльности предприятия путем рациональной организации производственного (торгового) процесса, включая управление производством (коммерцией) и развитие технико-технологической базы.

Отталкиваясь от этого, основной задачей менеджмента является организация производства товаров и услуг с учетом спроса потребителей на основе имеющихся ресурсов. При этом к задачам менеджмента также относятся:

- а) переход к использованию работников, обладающих высокой квалификацией;
- б) стимулирование сотрудников организации путем создания для них соответствующих условий труда и системы его оплаты;
- в) определение необходимых ресурсов и источников их обеспечения;
- г) разработка стратегии развития организации и реализация;
- д) определение конкретных целей развития организации;
- е) постоянный поиск и освоение новых рынков;
- ж) выработка системы мероприятий для достижения намеченных целей;
- з) осуществление контроля за эффективностью деятельности организации, за выполнением поставленных задач.

Преобразовываются старые структуры управления и власти в российской экономике, при этом применяются западные модели управления. Однако механическое перенесение концепции управления из одной социокультурной среды в другую, слепое копирование опыта того или иного государства практически невозможно и ведет к тяжелым экономическим и социальным



последствиям. Менеджмент обусловлен такими базисными факторами, как тип собственности, форма государственного устройства, степень развития рыночных отношений. Поэтому развитие современного менеджмента в условиях перехода России к рыночной экономике в значительной мере зависит от этих факторов.

Для того, чтобы установить идеальную систему развития менеджмента в образовании, необходимо рассмотреть этапы становления и развития менеджмента не только в России, но и за рубежом.

Видимое влияние на формирование менеджмента обнаружили английские исследователи. Так, англичане Р. Фэлк и Л. Урвик занимались разработкой принципов управления. Английские ученые внесли существенный вклад в разработку метода «исследования операций», который впервые зародился в Англии в 40-х гг., в связи с необходимостью. Решения некоторых военных стратегических и тактических задач. В дальнейшем центр работ переместился в Америку.

Изучение американской модели менеджмента представляет известный интерес. Именно в США впервые сформировались наука и практика менеджмента.

Современный американский менеджмент в таком виде, какой сложился в настоящее время, базируется на трех исторических предпосылках:

1. Наличие рынка.
2. Индустриальный способ организации производства.
3. Корпорация как основная форма предпринимательства.

Нынешняя американская модель менеджмента ориентирована на такую организационно-правовую форму частного предпринимательства, как корпорация (акционерное общество), возникшую еще в начале XIX в. [2, с. 5].

Основой стратегического управления является системный и ситуационный анализ внешней (макросреда и конкуренты) и внутренней (научные исследования и разработки, кадры и их потенциал, финансы, организационная культура и пр.) среды.

Американские ученые продолжают ставить и разрабатывать реальные проблемы менеджмента. Американская практика подбора руководящих работников делает главный акцент на хорошие организаторские способности, а не на знания специалиста.

Менеджмент – это система программно-целевого управления, текущего и перспективного планирования и прогнозирования научно-технических разработок, организации производства, реализации продукции и услуг с целью повышения эффективности хозяйствования, удовлетворения потребностей рынка и общества в целом, увеличения прибыли.

Для современного менеджмента характерны такие показатели, как:

1. стабильное стремление к повышению эффективности производства и бизнеса в целом;
2. широкая хозяйственная независимость, обеспечивающая свободу принятия решения тем, кто несет ответственность за конечные результаты функционирования на рынке фирмы или ее подразделений;
3. постоянная корректировка целей и программ в зависимости от состояния рынка, изменений внешней среды;
4. ориентация на достижение намеченного конечного результата деятельности фирмы;
5. употребление современной информационной базы для многовариантных расчетов при принятии управленческих решений;
6. изменение функции планирования – от текущего к перспективному;
7. упор на все основные факторы улучшения деятельности фирмы;
8. оценка управления работы в целом только на фундаменте реально достигнутых конечных результатов;
9. максимальное применение математических методов и достижений информатики на базе ЭВМ;
10. привлечение всех сотрудников компании к управлению ею;
11. реализация управления на основе предвидения изменений, гибких решений;
12. опора на инновации в каждом сегменте работы фирмы, нестандартные решения;
13. проведение глубокого экономического анализа каждого управленческого решения;
14. способность разумно рисковать и управлять риском;
15. возрастание роли маркетинга до ключевой.

Чтобы описать в данной работе этапы развития менеджмента в двадцатом столетии в целом, как в мировом сообществе, так и в России. С некоторой условностью можно выделить 8 этапов развития менеджмента.

Первый этап развития менеджмента начался в начале двадцатого столетия и связан с учением Ф. Тейлора после публикации его книги «Принципы научного управления».

Второй этап развития менеджмента связан с новыми подходами в развитии учения о менеджменте, на основе учения Ф. Тейлора.

Третий этап развития менеджмента стал называться «неоклассическим», зарождается и начинает развиваться школа «человеческих отношений», развитие которой связано, прежде всего, с именем Э. Мейо.

Четвертый этап развития менеджмента относится к периоду 1940–1960 гг.

Пятый этап развития управленческой мысли выделяется от всех предыдущих тем, что происходит становление современных количественных методов обоснования управленческих проблем под воздействием широкого использования в практике экономико-математических методов и электронно-вычислительной техники.

Шестой этап развития менеджмента можно отнести к периоду 1970–1980 гг.

Седьмой этап относится к 80-м гг., которые ознаменовались появлением новых подвигов в управлении, внезапным для многих открытием «организационной структуры» как мощного механизма управления.

Восьмой этап развития менеджмента относится к 90-м гг.

Так можно сопоставить развитие менеджмента между Россией и Японией, посмотреть какие принципы и методы играют важную роль в построении образования, и что важно при отборе кадров, за пределами России.

Российские фирмы, применяющие традиционные принципы отбора кадров при приеме на работу, существенное внимание уделяют специализированным знаниям и профессиональным навыкам.

В японских фирмах придерживаются мнения, что руководитель обязан быть специалистом, способным работать на любом участке фирмы, а не по отдельным ее функциям. Поэтому при подъеме квалификации руководитель отдела или подразделения отдает предпочтение освоению новой сферы деятельности, в которой он раньше не работал.

Это малая часть того что может нам дать менеджмент в разных культурах и странах.

Цель менеджмента будущего – формирование организации, столь же человеческой, как и сами люди, работающие в ней. Люди имеют три важных черты: они могут адаптироваться, создавать новое и мыслить социально. К сожалению, существующие системы управления чаще содействуют слабому проявлению таких свойств у организации [3, с. 14].

В настоящее время менеджмент является одной из первых дисциплин, которые нужно знать любому предпринимателю. Процесс стратегического планирования включает в себя ряд важных операций: планирование издержек, планирование производства, планирование сбыта и, наконец, финансовое планирование (планирование прибыли). Менеджмент, как наука, разрешает предпринимателю так спланировать деятельность фирмы в кратком, среднем и долгом периодах, чтобы обеспечить получение фирмой максимально возможной прибыли с минимальными затратами в условиях изменчивости состояния рынка. Конечно, это связано с неизбежным финансовым риском, особенно в современных Российских условиях, но правильно проведенное стратегическое планирование позволит свести риск к минимуму.

Менеджмент формировался на протяжении веков, прежде чем обернуться в самостоятельную отрасль знания, науку.

За последние десять лет мир изменился до неузнаваемости. Поэтому многие организации переходят на новые, позволяющие соответствовать требованиям внешней среды и запросам потребителей методы управления [4, с. 3].

Главной особенностью управленческой мысли становится поиск новых конкретных и реальных путей совершенствования системы управления, формирование позиции по различным проблемам управления применительно к рыночным условиям и на основе творческого осмысления передового зарубежного опыта.

В заключение надо отметить, что менеджмент является одним из важнейших составляющих нашей жизни. Так как без управления невозможно ни одно предприятие, фирма или просто отношения между людьми.

#### Литература

1. Алексеевский В.С. Общая теория управления. Возможные начала // Менеджмент в России и за рубежом. – 2008. – № 5.
2. Семенова, И.И. История менеджмента. – М.: Юнити-Дана, 2007.

3. Миротин Л.Б., Покровский А.К., Беляев В.М. Основы менеджмента и управление персоналом. Логистическая концепция / Л.Б. Миротин, А.К. Покровский, В.М. Беляев. – М.: Горячая Линия – Телеком, 2010.
4. Лукичева Л.И. Управление организацией. – М.: Омега-Л, 2009.

УДК 658.8

**К.М. Наумочкина, К.А. Ярославцева, студенты**

*Научный руководитель: Ю.А. Аникина, канд. экон. наук, доцент  
г. Красноярск, Сибирский государственный аэрокосмический университет им. М.Ф. Решетнева*

## МАРКЕТИНГОВОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ МЕТОДИЧЕСКОГО КОНТЕНТА ДЛЯ ШКОЛ ГОРОДА КРАСНОЯРСКА

В настоящее время рынок электроники и техники в полной мере может удовлетворить потребность школ в современном оборудовании. Например, компании по продаже современного технического оборудования могут предложить: интерактивные доски и лазерные указки; мультимедийные проекторы; специализированные компьютерные программные обеспечения; пульты опроса; многопользовательские сенсорные столы; документ-камеры; системы голосования; системы аудио оснащения; комплекты видеоконференц-связи; компьютеры и сопутствующие к ним принадлежности; системы видеонаблюдения и т.д.

Известно, что стратегии в области образования в нашей стране постоянно модернизируется, и немало важным аспектом является техническое оснащение в школах и учебных заведениях. Актуальной новостью образования 2017 года является, внедрение электронных учебников. В 2017 учебном году во всех школах страны должны появиться электронные учебники. Содержание их полностью аналогично бумажным носителям, но дополнением к электронной версии являются несколько мультимедийных элементов, встроенных в структуру книги [3].

Уроки технологии в новом учебном году должны стать намного интереснее. По словам представителей Министерства образования, в 2017 году в рамках обычного урока будет изучаться новый предмет – робототехника. Вводится данный предмет будет с 5 по 9 класс, а в следующем 2018 году, планируется дополнить новшеством 3D-принтерами. Вопрос оснащения школ данным оборудованием пока остается актуальным, ведь 3D-принтер является дорогостоящим техническим средством [3].

Таким образом, для рынка электронно-технических услуг открывается возможность расширить сегмент школьного оборудования электронными приборами для электронных учебников, а так же 3D принтерами по приемлемым ценам.

Наиболее популярным техническим средством в школа является интерактивная доска.

Каждый уважающий себя производитель интерактивных досок, считает нужным включить в модельный ряд хотя бы одну доску с поддержкой одновременной работы нескольких пользователей. При этом перспективы рассматриваются самые разнообразные, и назревает вопрос – как оценить и сравнить возможности интерактивных досок разных моделей? Было произведено тестирование нескольких моделей интерактивных досок, чтобы выявить их особенности и сравнить возможности [4].

В тестировании участвовали четыре интерактивных доски – Smart , Hitachi, Interwrite и Panaboard (табл. 1) [4].

Таблица 1

**Анализ возможностей интерактивных досок разных производителей**

Наименование	Максимальное число касаний	Управление пальцем	Работа по всей поверхности доски	Отдельная панель инструментов для каждого пользователя	Быстрое переключение многопользовательского режима	Управление жестами
SMART Board Dual Touch 680	2	да	нет	да	да	нет
Interwrite Dual Board	2	нет	да	да	нет	нет
Hitachi Starboard FX-77 Trio	3	да	да, с ошибками и ограничениями	да	да	ограничено

Elite Panaboard UB-T880	3	да	да	нет	не требуется	да
-------------------------	---	----	----	-----	--------------	----

Таким образом, интерактивная доска марки «Hitachi Starboard FX-77 Trio» является оптимальной и имеет все необходимые для использования в школах технические возможности.

На сегодняшний день существует множество компаний, чья деятельность направлена на комплексное материально-техническое снабжение образовательных учреждений.

В каждом крупном городе России есть поставщик технического оборудования для школ и город Красноярск тоже не отстает в данной сфере, т.к., теперь рабочий инструмент школьника или студента – это не только конспект и учебник, но и современные мультимедиа средства, интересные наглядные материалы и демонстрационные модели, качественное оборудование для учебных кабинетов и мастерских.

В Красноярске существуют два крупных поставщика школьного технического оборудования:

– Компания Учснаб-компания. Данная компания длительное время работает на рынке оснащения учебных заведений и других учреждений образования и культуры по Красноярскому краю [ 5 ].

– СП Глобус, ИП Томашевская Е.Г. Компания занимается оснащением образовательных учреждений города и края методической литературой, учебниками, мебелью специализированной и офисной, наглядными пособиями для кабинетов, интерактивными пособиями, а также товарами для скрапбукинга [ 2 ].

Комплектация школ необходимым оборудованием и расходными материалами – основное направление деятельности данных фирм.

По данным на январь 2017 года в системе образования города Красноярска функционирует 119 школ [ 1 ].

Перечень потенциальных потребителей по городу Красноярску велик. К школам-потребителям технического оборудования относятся: МБОУ № 26, № 1, № 108, № 138, № 144, № 150, № 14, № 13, № 121, № 7, № 139 и т.д.

Каждая фирма по поставке данного оборудования использует способы продвижения новой продукции на рынок, без которых невозможно приобрести множество постоянных клиентов, стабильных поставщиков и надежных партнеров.

К самым известным способам следует отнести:

- Выставки
- Публикации
- Отзывы
- Бесплатные консультации, демонстрации, образцы
- Реклама
- Посещение официальных представителей компании в учебные заведения [ 6 ].

В Красноярске насчитывается 119 школ. В каждую школу необходимо приобрести минимум одну интерактивную доску. В среднем одна интерактивная доска со всеми сопутствующими деталями у Красноярской компании «Учснаб» стоит 54000 рублей. По нашим подсчетам доходы данной компании от продажи интерактивных досок составят 6426000 рублей на 2017 год.

#### Литература

1. Главное управление образования администрации города Красноярска [Электронный ресурс]. Режим доступа: [http://krasobr.admkrsk.ru/?page\\_id=1329](http://krasobr.admkrsk.ru/?page_id=1329)
2. Контактная информация компании СП Глобус [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://sp-globus.ru/contacts>
3. Новости в школьном образовании в 2016-2017 году [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://2017god.com/novosti-v-shkolnom-obrazovanii-v-2016-2017-godu>
4. Приезжая М. Многопользовательские интерактивные доски – сравнение [Электронный ресурс] / М. Приезжая. Режим доступа: [http://www.infologics.ru/present/page.phtml?menu\\_id=4&page\\_id=187](http://www.infologics.ru/present/page.phtml?menu_id=4&page_id=187)
5. УчСнаб: снабжение учебных заведений [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://uchsnab.com>
6. Эффективные методы продвижения товара на рынке [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://bbcont.ru/business/effektivnye-metody-prodvizheniya-tovara-na-rynke.html>

## **СОВРЕМЕННАЯ ШКОЛА И ПРОБЛЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ЕЕ РАЗВИТИЕМ**

Образовательное учреждение сегодня – это крупная и сложная система, представляющая собой совокупность органов и лиц, между которыми распределены полномочия и ответственность за выполнение управленческих функций. В ней существуют регулярно отображаемые связи и отношения образующие управленческую подсистему. Закрепление полномочий и ответственность за выполнение определенных управленческих функций, связи и отношения, которые возникают между лицами и подразделениями, приводят к формированию организационной структуры управления образовательным учреждением [1, с. 17].

Необходимо отметить, что главной ролью для образовательного учреждения является образовательный процесс всех видов (обучение, внеклассная работа, сопровождение), в центре которого – взаимодействие учителя и обучающихся. Остальные процессы жизнедеятельности призваны создавать необходимые условия для образовательного процесса, который порождает основные результаты деятельности образовательного учреждения.

Управление школой реализуется на основе закона РФ «Об образовании». Устава школы и локальных актов [2, с. 3]. Цель управления школой заключается в формировании демократического учреждения, воспитывающего всесторонне развитую, социально адаптированную личность. Образование, как и любой процесс в социально-экономической системе, не может и не должен формироваться стихийно. Это управляемый процесс, и от эффективности управления зависит и качество обучения, и жизнеспособность школы, и ее конкурентоспособность.

Управление школой невозможно осуществлять на сугубо административной основе. Оно требует обширного участия всех участников образовательного процесса. А для этого нужно, чтобы были понятны цели этого управления и позитивный результат для каждого участника процесса функционирования образовательной организации.

Система управления в школе должна обеспечить научную обоснованность образовательного процесса, атмосферу дружного творческого труда, здорового морально-психологического климата, определять в центре внимания участников образовательного процесса, личность ученика, педагога, представляет для них реальный потенциал реализма свободы выбора.

Эффективное управление образовательным процессом в школе облегчает достижение образовательных целей, гармонизирует, положительные факторы и компенсирует негативные эффекты, носит прогностический характер, активизирует и оптимизирует инновационные процессы, обеспечивает технологическую корректность организации, предусматривает использование личностно-ориентированных методов управления, распределяет функции, информационную и поддержку.

Процесс управления школой означает целеполагание. Сложно установить на каком этапе у воспитуемого формируется то или иное качество личности, но постановка цели и планирование позволяет прогнозировать основные условия становления личности. Основная особенность целеполагания в школе в том, что вся система педагогического процесса тесно связана с возрастным и индивидуально-психологическими особенностями учащихся [3, с. 10].

Управление школой – это сложный процесс, в ходе которого так или иначе возникают проблемы, требующие своевременного решения. Практические примеры подобных проблем были проанализированы на примере одного из общеобразовательных организаций г. Нижневартовска.

В настоящее время в школе существует несколько уровней управления.

Первый уровень – стратегическое управление. На этом уровне фигурируют такие единицы управления как директор школы, педагогический совет школы, управляющий совет школы, общее собрание трудового коллектива.

Директор школы назначается распоряжением администрации города. Директором школы определяется стратегия развития школы.

Педагогический совет школы – коллективный орган, объединяющий педагогических работников школы, созданный в целях развития и совершенствования учебно-воспитательного процесса, повышения профессионального мастерства педагогических работников. Педагогический совет действует, анализирует деятельность школы по реализации программы развития, объединяет усилия педаго-

гического коллектива, родительской общественности для повышения уровня и результативности образовательного процесса.

Управляющий совет школы принимает изменения или дополнения в устав общеобразовательного учреждения, определяет порядок распределения и распределяет по представлению руководителя общеобразовательного учреждения стимулирующие выплаты педагогическому персоналу общеобразовательного учреждения, вносит рекомендации по распределению стимулирующих выплат непедагогическому персоналу.

К основным задачам управляющего совета относятся:

- определение основных направлений развития общеобразовательного учреждения;
- повышение качества общего образования, участие общественности в оценке качества образовательной деятельности общеобразовательного учреждения;
- повышение эффективности финансово-экономической деятельности общеобразовательного учреждения, системы мер стимулирования труда его работников;
- содействие созданию в общеобразовательном учреждении оптимальных и безопасных условий и форм организации образовательного процесса;
- контроль за соблюдением надлежащих условий обучения, воспитания и труда в общеобразовательном учреждении, сохранения и укрепления здоровья обучающихся, за целевым и рациональным расходованием финансовых средств общеобразовательного учреждения.

Общее собрание трудового коллектива, председателем которого является директор школы, выполняет следующие направления деятельности:

- обсуждение устава образовательной организации;
- принятие коллективного договора, правил внутреннего трудового распорядка;
- обсуждение правил внутреннего распорядка для всех участников образовательного процесса образовательной организации;
- рассмотрение положения об Управляющем Совете образовательной организации и порядке его избрания;
- определение численности и срока полномочий комиссии по трудовым спорам, избрание ее членов;
- избрание представителей в Управляющий и Попечительский Совет образовательной организации;
- рассмотрение и принятие локальных актов в соответствии с уставом образовательной организации в пределах своей компетенции.

Второй уровень – тактическое управление, в систему которого включены заместители директора по учебной, методической и воспитательной работе, а также методический совет школы, созданный в целях координации деятельности всех структурных подразделений методической службы, являющийся коллективным общественным органом.

Третий уровень – оперативное управление, которое осуществляется педагогами самостоятельно и посредством методических объединений.

Четвертый уровень – ученическое самоуправление, представленное Ученическим советом, целью которого является реализация права обучающихся на участие в управлении образовательным учреждением.

В результате анализа организационной структуры управления школы была выявлена проблема, которая заключается в нехватке молодых специалистов в области администрирования. Большинство представителей управленческого аппарата школы – опытные учителя с внушительным стажем работы, отсюда – традиционные взгляды на управление и весь учебно-воспитательный процесс, тогда как молодые специалисты могли бы запустить процесс внедрения новых технологий не только в систему управления, но и в процесс формирования знаний.

Еще одна немаловажная проблема – отсутствие стабильности образовательных стандартов. Из года в год меняются требования к выпускникам на государственном уровне, в связи с введением Единого государственного экзамена. В этом случае учащийся, переходя в 11 класс, не могут точно сформулировать цели, поставленные перед ними в новом учебном году.

Следующая проблема заключается в нехватке современных педагогических технологий в образовательном процессе. Они необходимы для реализации познавательной и творческой активности в учебном процессе, так как дают возможность повышать качество образования, более эффективно использовать учебное время и снижать долю репродуктивной деятельности учащихся за счет снижения

времени, отведенного на выполнение домашнего задания. В школе должен быть широкий спектр образовательных педагогических технологий, которые применяются в учебном процессе.

С целью решения вышеперечисленных проблем анализируемая школа разработала программу развития «Перспектива» [4, с. 2], основной целью которой является обеспечение условий для удовлетворения потребностей личности, общества и рынка труда в качественном образовании путем обновления структуры и содержания образования, развития фундаментальности и практической направленности образовательных программ, реализация новых федеральных государственных образовательных стандартов, обеспечивающих преемственность основных образовательных программ начального общего, основного общего, среднего (полного) общего, начального профессионального, среднего профессионального и высшего профессионального образования и устанавливающих единые требования к структуре, условиям реализации и результатам освоения основных образовательных программ; обеспечение непрерывного процесса становления учебной, социальной, гражданской зрелости и самореализации всех субъектов образовательного процесса в разнообразной познавательной, общественно полезной, досуговой и коммуникативной деятельности.

Как стратегический документ программа служит инструментом реализации долгосрочных масштабных целей. Она предполагает, что развитие школы будет носить системный характер, в ее реализации будут задействованы различные структурные подразделения школы и ее социальные партнеры. В условиях перехода от «информационной» модели образования к системно-деятельностной, компетентности программа развития будет отражать системные изменения в рамках заданных целей – новых образовательных результатов учащихся: отбор содержания, организация образовательного процесса, выбор технологий, оценка результатов учащихся и деятельности учителя. Благодаря созданной программе «Перспектива» школа успешно добивается поставленных целей и совершенствуется в развитии управления.

#### Литература

1. Управление школой: теоретические основы и методы: учебное пособие / под ред. В.С. Лазарева. – М., 1997.
2. Постановление Правительства РФ от 9 января 2009 г. № 21 «О системе государственного управления образованием в Российской Федерации» (с изменениями от 18 мая 2009 г.).
3. Управление школой: теоретические основы и методы: учебное пособие / под ред. В.С. Лазарева. – М., 1997.
4. Структура образовательной организации [Электронный ресурс] // Официальный сайт МБОУ «СОШ № 34» г. Нижневартовска. URL: <http://86sch34-nv.edusite.ru/p185aa1.html> (дата обращения: 15.05.2016).

УДК 37.012.8

*А.А. Панкратьева, студент*

*Научный руководитель: В.С. Петрова, канд. культурологии, доцент  
г. Нижневартовск, Нижневартовский государственный университет*

### ПРИНЦИП МОТИВАЦИИ КАК ФАКТОР РАЗВИТИЯ МОТИВАЦИОННОЙ СФЕРЫ УЧАЩЕГОСЯ

В современной российской системе образования, актуально и востребовано формирование целостного мировоззрения у учащихся, формирование у них базовых знаний в основе социально-экономической компетенции при изучении дисциплины «экономика» [6]. В процессе реформирования все более значимым становится мотивационная сфера. Согласно ФГОС, образовательные учреждения обязаны создать условия к обучению для успешного освоения дисциплин, посредством повышения мотивации учащихся [1].

Термин «мотивация» используется в современной психологии и означает с одной стороны, систему факторов, которые детерминируют поведение (потребности, мотивы, цели, намерения, стремления), с другой, является характеристикой процесса по стимулированию и поддержанию поведенческой активности на определенном уровне.

Требуется уделять особое внимание проблеме мотивации познавательной и учебной деятельности учащихся. Первопричиной является то, что современное общество предъявляет все более высокие требования к будущему специалисту: умение мыслить, решать нестандартные задачи и находить альтернативные оптимальные решения, осмысливать последствия своей деятельности для себя и окружающих. Все это может способствовать высокому уровню мотивации учебной деятельности.

Мотивация является главной движущей силой в поведении и деятельности человека, а также в процессе формирования будущего профессионала. Поэтому особенно важным становится вопрос о принципе мотивации как фактора мотивационной сферы в учебно-профессиональной деятельности учащихся.

Актуальность темы исследования обусловлена тем, что успешность учебной деятельности при освоении дисциплины «Экономика» подразумевает ведущую роль фактора мотивационной сферы. Безусловно, значение принципа мотивации нельзя недооценивать [7]. На современном этапе обучения одной из самых важных основ экономики является проблема выбора средств обучения, а именно, учебников и учебных пособий. Так, решение проблемы отсутствия мотивации к обучению у учащихся зачастую связано с падением интереса к изучению предметов, в связи с чем, возникла необходимость исследования принципов мотивации учащихся.

Для решения в исследовании поставленных задач были подобраны методы исследования: теоретический анализ проблемы и предмета исследования; изучение передового опыта; наблюдение; анализ и систематизация выводов психолого-педагогических исследований по вопросам мотивационной сферы учащихся; обобщение педагогического опыта соответствующего цели исследования.

Мотивация образовательной деятельности многогранна, и ее характеристики зависят от множества факторов, прежде всего от качеств субъекта образовательной деятельности (личностных и социально-психологических), от типа образовательной организации, от условий, в которых осуществляется образовательная деятельность. Понимание сущности мотивации, представлений об основных характеристиках мотивационно-потребностной сферы на разных возрастных этапах необходимо для разработки и совершенствования практико-ориентированных форм работы психолога с мотивационной сферой обучающихся. Это связано с тем, что развитие мотивации образовательной деятельности должно затрагивать оба процесса – и обучение, и воспитание на всех образовательных уровнях [9, с. 29].

Современный уровень развития образовательной системы ставит вопрос, как обеспечить высококачественное обучение каждого ученика и усвоение им знаний, дать возможность для дальнейшего развития, повысить мотивацию к учению.

Достижению положительной динамики в мотивации учащихся будут способствовать одновременные решения ряда проблем, связанные с:

- 1) обеспечением большего внимания потребности личности в саморазвитии;
- 2) четким планированием программы действий;
- 3) достижением уровневой дифференциации обучения;
- 4) отслеживанием ошибок, допущенных учащимися, и повторной отработкой недостаточно усвоенного материала;
- 5) использованием мультимедийных возможностей современных компьютеров на уроках в разнообразных формах его проведения;
- 6) использованием удобных способов восприятия информации, вызывающих у учащихся положительные эмоции и формирующих положительные учебные мотивы;
- 7) активизацией познавательной деятельности учащихся на уроках и во внеурочное время;
- 8) возможностью реализации опережающего обучения, в том числе и для учащихся с низким и средним уровнем обучения [4, с. 51–55].

В современных условиях развития образовательных систем принципы обучения должны отражать идеи и требования, заложенные в основных государственных документах, регулирующих сферу образования. Такими идеями на сегодняшний день представляются формирование у обучающихся базовых компетенций, готовности к непрерывному образованию и самообразованию, развитие критического и творческого мышления [3, с. 12].

Принципы придают целостность содержанию дидактики; позволяют из множества ее категорий и правил создать стройную систему, которая будет охватывать все основные стороны процесса обучения. Каждый новый принцип призван обеспечить дальнейшую конкретизацию процесса обучения, более полно и всесторонне раскрывая предмет дидактики. Поэтому отсутствие принципа мотивационного обеспечения учебного процесса в структуре принципов дидактики делает теорию обучения неполной, обедняя ее.

Для обеспечения повышения мотивации по курсу «Экономика» для учащихся организована активная учебно-познавательная деятельность.

Создание специальных педагогических условий будут способствовать стимулированию познавательной активности и усилению мотивации в рамках созданных соответствующих направлений.

Придание учебному материалу по дисциплине «Экономика» социокультурного, прикладного характера осуществлять через включение в содержание дисциплины актуальных прикладных меж-



дисциплинарных задач-ситуаций. Разработка таких задач показывает значимость экономических знаний в личной жизнедеятельности и будущей профессии. Участие учащихся в организованной учебно-исследовательской деятельности (олимпиады, научно-исследовательские проекты, неделя экономики и т.д.).

Реализация стратегии по активному и коллективному обучению экономике с использованием информационных технологий. Это предполагает использование в учебном процессе активных форм и методов обучения, базирующихся на рефлексивно-деятельностной основе (игра, мозговой штурм, кейс-метод, дискуссия), коллективных способов обучения (технология сотрудничества, работа в парах сменного состава, работа в команде и т.д.). Организация в этом направлении игрового тренинга, в основе которого лежат инновационные и организационно-деятельностные игры. В таких играх происходит переход от частных к обобщенным знаниям об объекте, его моделирование с выявлением ведущих закономерностей или противоречий, приобретение навыков принятия решения, а не просто усвоение готовых знаний [8, с. 456–459].

Создание организационно-педагогических условий для включения учащихся в рефлексию (самоанализ, самоконтроль, самооценка) полученных образовательных, так и процесса учения, коллективной учебной деятельности.

Поощрение учащихся за достижения в учебе и творческой деятельности (поощрительные баллы, призы) и санкции за низкие показатели в учебе – является внешним принципом мотивации. Несмотря на это, данный фактор также способствует вовлечению в изучение дисциплины «Экономика».

Разработка дифференцированных заданий по дисциплине «Экономика» направлена на организацию совместной учебно-поисковой деятельности, в рамках которой педагог выполняет функции организатора, консультанта, модератора, игротехника [5, с. 21].

Существует достаточное множество конкретных условий, вызывающих интерес учащихся к курсу «Экономика» в рамках учебной деятельности с использованием таких способов, как:

1. Способ раскрытия учебного материала.
2. Отношение между мотивом и целью.
3. Проблемность обучения.
4. Содержание обучения.

Все эти способы приводят к формированию у учащихся познавательной мотивации.

В целях осуществления основной идеи опыта необходимым является применение в процессе преподавания курса «Экономика» методов и приёмов, содействующих развитию у учащихся логического мышления, активности, инициативы, самостоятельности. Это методы проблемного изложения, объяснительно-иллюстративные, частично-поисковые, исследовательские.

Создание проблемных ситуаций, опорный конспект, дидактические игры, физический диктант, физические шарадки, головоломки, творческие работы, кроссворд, использование дополнительной литературы, ребусы, алгоритмы решения задач, компьютерные модели и лабораторный практикум.

Разнообразные методы и приёмы позволяют провести обучающегося от любопытства к познавательному интересу. Исходя из опыта работы, особое внимание следует уделять тем методам, средствам и формам обучения, которые стимулируют активную познавательную деятельность, развивают интерес к предмету, способствуют повышению качества образования.

Для повышения учебной и учебно-профессиональной мотивации учащихся можно предложить следующие рекомендации [2, с. 15]:

- создавать ситуацию успеха в учении, то есть предусматривать градацию учебного материала для групп студентов с разной базовой подготовкой и с разным интеллектуальным развитием;
- необходимо наличие заданий разной степени сложности в зависимости от уровня базовых знаний, целей и развития обучаемых;
- использовать такие вопросы и задания, решение которых требует от студентов активной поисковой деятельности;
- по возможности стремиться к выполнению деятельности, соответствующую будущей специальности;
- преподавателям приводить больше примеров из экономической деятельности, проводить деловые игры, чтобы создать наиболее полное представление учащихся о будущей профессии;
- очень важно разъяснять учащимся значимость профессионального образования вообще, независимо от получаемой специальности. Учащиеся знают из разговоров с взрослыми о том, как сложно найти работу, у них нет видения четких перспектив, и это, является элементом отрицательной учебной мотивации. Поэтому нужно поддерживать уверенность учащихся в том, что в будущем при

поиске работы многое зависит, прежде всего, от них самих, и получаемые знания могут сыграть при этом существенную роль;

– максимально способствовать участию учащихся в общественной жизни колледжа.

Принцип мотивации находится в соответствии с общим закономерностям единства познания и отношения, активности субъекта в процессе отражения объекта. Потребности являются источником активности человека, они вызывают изменения в мотивации. Любая деятельность побуждается, направляется и регулируется мотивацией.

Механизм формирования мотивации заключается в том, что в условиях учебно-трудовой деятельности педагогические воздействия вызывают актуализацию комплекса ситуативных побуждений, при систематической активизации побуждения и потребности становятся более прочными и переходят в более устойчивые мотивационные состояния и свойства личности.

Таким образом, мотивация не является простым элементом в цепи причинно-следственных связей. Рассматривая в единстве теории мотивации, объяснение и обоснование выбора сферы профессиональной и трудовой специализации, реализация предписанных социальных норм и ценностей, а также обоснование широкого круга альтернатив направлены на оптимизацию жизненного цикла личности в системе многообразных факторов, условий, ситуаций в сложных современных условиях. Суть принципа мотивации состоит в том, что целостная мотивация учения и труда является стержневым качеством личности, а эффективное формирование мотивационной сферы и функционирование мотивационной стороны процесса обучения происходит при взаимодействии педагога и учащихся в соответствии с мотивационной основой учебной деятельности.

#### Литература

1. Приказ Минобрнауки РФ от 12.11.2015 г. № 1327 «Об утверждении и введении в действие Федерального государственного образовательного стандарта высшего профессионального образования по направлению подготовки 080100 Экономика (квалификация) «Бакалавр» (ред. от 12.11.2015) // Российская газета. № 1327. 2015.
2. Горлова Н.В. К вопросу об особенностях психологической готовности к профессиональной деятельности на начальном и завершающем этапах профессионального образования // Современные проблемы психологии развития и образования человека: Сборник материалов / под ред. В.Н. Скворцова. – СПб., 2010.
3. Жук А.И., Кошель Н.Н. Активные методы обучения в системе повышения квалификации педагогов. – М.: Пресс, 2010. – 23 с.
4. Матвеева Э.Ф. Использование методов педагогической диагностики для исследования самообразовательной деятельности студентов // Наука и школа. – 2011. – № 5. – С. 51–55.
5. Можар Е.Н. Стимулирование учебно-познавательной активности учащихся старших классов / Е.Н. Можар. – Минск: РИВШ, 2007.
6. Петрова В.С. Подготовка будущих учителей с учетом требований ФГОС ООО в рамках дисциплины «Методика обучения и воспитания в области экономического образования» / В.С. Петрова // Традиции и инновации в образовательном пространстве России, ХМАО-Югры и НВГУ: Материалы V Всероссийской научно-практической конференции / отв. ред. В.Б. Иванов, А.Ф. Васинова. 2016. С. 133–136.
7. Тагиров Р.М., Тагирова А.В. Российское школьное экономическое образование: проблемы и перспективы / Р.М. Тагиров, А.В. Тагирова // Современная наука: проблемы и пути их решения: Сборник материалов Международной научно-практической конференции / Западно-Сибирский научный центр; Кузбасский государственный технический университет имени Т.Ф. Горбачева. 2015. С. 183–187.
8. Черкас А.О. Повышение мотивации учащихся на уроках математики // Народное образование. Педагогика. – 2013. – С. 456–459.
9. Шляпкина О.А. Мотивация образовательной деятельности / О.А. Шляпкина; Яросл. гос. ун-т им. П.Г. Демидова. – Ярославль: ЯрГУ, 2014. – С. 29.

УДК 37.047

**Е.М. Панова, студент**

*Научный руководитель: В.С. Петрова, канд. культурологии, доцент  
г. Нижневартовск, Нижневартовский государственный университет*

## ИНДИВИДУАЛИЗАЦИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА

Современный мир не стоит на месте, он развивается, меняется под влиянием различных факторов и тенденций. Вместе с ним должен меняться и процесс образования. Многие педагоги ежедневно задаются вопросом, как сделать процесс обучения эффективным, как сделать учебную программу доступной для освоения каждого учащегося [4]? Решением данной проблемы может стать индивидуализация образовательного процесса.

Прежде всего, стоит разобраться: первое, что же такое обучение и второе, что такое индивидуализация образовательного процесса и в чем ее главная задача?

Обучение – это процесс, основанный на взаимодействии ученика и учителя, направленный на достижение поставленной учебной цели. А вот четкой формулировки определения индивидуализации образовательного процесса нет. Одни говорят, что – это реализация принципа индивидуального подхода в обучении, путем учета индивидуально-психологических особенностей обучающегося, и построение процесса обучения уже с учетом данных особенностей. А другие говорят о том, что индивидуализация, есть форма, модель построения образовательного процесса, при которой учитель взаимодействует лишь с одним учащимся, и полностью опирается на его индивидуальные особенности.

Психолого-педагогическими особенностями процесса индивидуализации обучения служат:

- психологические особенности личности и ее умственные способности;
- темп усвоения знаний;
- тип мышления;
- уровень обучаемости.

Проблеме индивидуализации образовательного процесса посвящено множество работ как отечественных, так и зарубежных педагогов-психологов, таких как: С.Д. Шевченко, И.Э. Унт, В.П. Беспалько. В своих работах они четко определяют структуру и содержание проблемы, а так же предлагают пути и средства ее реализации.

Главная задача индивидуализации – научить учащегося самостоятельно выстраивать свою образовательную траекторию и управлять ею. Педагог в данной ситуации выступает как наставник или помощник, который в свою очередь направляет учащегося и помогает ему выработать и отточить собственные техники и приемы, которые в дальнейшем пригодятся в построении и освоении программы. Рассмотрим, как обстоят дела с индивидуализацией обучения за рубежом и в России.

Индивидуализация образовательного процесса активно применяется в зарубежных странах и имеет давнюю традицию. Ее составные компоненты это тьюторская деятельность и свободный выбор учащимися дополнительных предметов для изучения. Если с самостоятельным выбором предметов все понятно, то кто же такие тьюторы и в чем заключается их деятельность?

Тьютор – это личный наставник, он служит своего рода связным между учителем и учеником. Данный термин зародился в Европе в XII – XIV веках. В то время свобода в образовании была главной ценностью, и студенты могли переходить с курса на курс без особого труда, самостоятельно выбирая предметы для изучения. Специалист – наставник (тьютер) помогал студентам, подготавливаясь к экзаменам по выбранным предметам, сопоставляя их знания с требованиями, предъявляемыми к экзаменам.

Современный тьютор помогает решить учащемуся вопросы, связанные с процессом образования, контролировать расписание занятий и помогает задать мотивацию и психологически настроить ученика на более эффективную работу. Цель тьютера – обеспечение качественного индивидуального обучения учащимся и студентам, а так же детям дошкольного возраста. Деятельность тьютера основана на личном подходе к учащемуся, поэтому он является своего рода психологом, задачи которого заключаются в том, что бы найти подход к ребенку, узнать его интересы, помочь найти свой путь в жизни, раскрыть личный потенциал и возможности. В Европе и Америке тьютор есть у каждого учащегося, а вот в России данного специалиста можно встретить разве что в экспериментальных школах, и в основном тьютеры работают с детьми с ограниченными возможностями здоровья или инвалидами.

В Российских школах, на данный момент, другая ситуация, современный процесс образования имеет массовый характер, и в основном акцент на индивидуальных особенностях развития того или иного учащегося не делается. В результате, в школьные классы попадают дети, примерно одного возраста, но при этом имеющие совершенно разные умственные способности, разную степень подготовки и разные приоритеты в учебе. Кто-то понимает язык науки, а кто – то может овладеть учебным материалом исключительно через практический опыт, а есть и те, кто способен понять далеко не с первого раза. А учителя на все это есть всего 40 минут, в рамках которых, уделить время каждому, а уж тем более повторять материал по несколько раз у него попросту нет возможности. Это приводит к тому, что педагог просто вынужден сводить образовательный процесс к освоению учениками хотя бы минимума, который предусмотрен образовательным стандартом. Сильные учащиеся при этом не реализуют свой потенциал в полной мере и учатся в половину своих возможностей, а вот учащиеся по слабее, все равно не успевают, а то и вовсе начинают отставать от сверстников. В результате и те и другие теряют интерес к образовательному процессу.

Чтобы избежать данной проблемы, педагоги обычно стараются готовить учащимся следующие виды заданий:

- задания разной степени сложности;
- одинаковые задания, но с разным временным ограничением (учащимся посильнее дается меньше времени на выполнение данного задания, чем более слабым);
- дополнительные задания для одаренных учащихся или наоборот отстающих учеников;
- различные творческие задания для одаренных учащихся;
- просят найти другие варианты решения одного и того же задания.

Одной из главных проблем индивидуализации образовательного процесса в России является то, что между индивидуализацией обучения и индивидуальным подходом в обучении ставят знак равенства, тем самым отождествляя данные понятия, хотя это совсем не так и между ними есть большая разница. Индивидуальный подход в обучении в отличие от индивидуализации обучения направлен на поддержание эффективности учебного процесса. Это происходит путем выявления средней успеваемости через учет индивидуальных способностей каждого конкретного ученика. Все методы и средства, с помощью которых в дальнейшем осуществляется учебный процесс, подбираются для всего класса, а не для отдельного индивида. Затем учитель условно делит детей в классе на определенные категории (слабоуспевающие, среднеуспевающие и отлично успевающие). А после сравнивает достижения учеников из категории «слабоуспевающие» с учениками из категории «среднеуспевающие», а их в свою очередь с отличниками. В результате получая прогресс класса в целом, а не одной личности.

Еще одним различием между данными понятиями является то, что в процессе индивидуализации обучения ученик выступает субъектом обучения, и сам выстраивает свой образовательный процесс. А при индивидуальном подходе субъектом обучения является учитель, который делает это, учитывая индивидуальные способности учащихся, а учащий становится объектом, принимающим действия учителя.

Как и у всего, что связано с обучением, у индивидуализации образовательного процесса есть несколько определенных форм и методов.

Начнем с форм. Форма обучения – это устойчивая и логически законченная организация учебного процесса. По мнению Гладких И.В. существуют 3 основные формы индивидуализации обучения:

- Дифференциация обучения;
- Внутриклассная или внутригрупповая индивидуализация учебной работы;
- Прохождение курса обучения в индивидуальном темпе.

Дифференциация обучения – это дидактический принцип, согласно которому для повышения эффективности обучения, создается комплекс дидактических условий, учитывающий типологические особенности учащихся, в соответствии с которыми отбираются и дифференцируются цели, содержание образования, формы и методы обучения [3, с. 834]. Иными словами это процесс группировки учащихся, основанный на учете их отдельных особенностей или комплексов этих особенностей для обучения по нескольким отличающимся друг от друга учебным планам и программам.

Дифференциация бывает двух видов:

- внешняя дифференциация;
- внутренняя дифференциация.

Внешняя дифференциация предполагает под собой создание школ, учебных заведений и классов особого типа, в которых будут обучаться учащиеся с какими либо индивидуальными особенностями. А внутренняя дифференциация предполагает работу внутри класса, который разделен на определенные группы учащихся с более или менее похожими индивидуальными особенностями.

Внутриклассная (внутригрупповая) индивидуализация – это методы и приемы работы с учащимися, которые использует учитель на обычных уроках. И тем удачнее будет индивидуализация, чем разнороднее будет класс, так как в таком классе она может проходить как во фронтальной и групповой, так и в индивидуальной работе.

Наиболее удобным вариантом для индивидуализации является самостоятельная работа, которая подразумевает:

- работу, требующую от ученика умственного напряжения (применения как теоретических, так и практических знаний и навыков);
- выполнения работы в индивидуально порядке, без непосредственной помощи учителя, но под его контролем. При таком виде работы учащийся полностью сосредотачивает все свои силы и возможности на задании.

Прохождение курса обучения в индивидуальном темпе относится к самой ранней форме индивидуализации обучения, она использовалась еще до появления классно-урочной системы. Прохождение курса в ускоренном темпе называется – акселерацией, а в замедленном – ретардацией.

Виды акселерации в школах:

- раннее поступление в школу;
- перешагивание через класс;
- классы с ускоренным обучением;
- ускоренное прохождение некоторых предметов.

Ретардация используется в основном при повторении курса или в специальных учебных заведениях, в которых учащиеся в силу своих особенностей не могут усваивать программу в обычном темпе.

Теперь поговорим о методах индивидуализации образовательного процесса, к данным методам можно отнести все методы, которые использует педагог при индивидуальной работе с учащимся:

– метод реагирования – подразумевает под собой участие детей в планировании и реализации образовательного процесса. Данный метод, включает в себя наблюдение за учащимися и дальнейший анализ результатов данного наблюдения, для создания условий, которые помогут детям достигнуть, поставленных перед собой целей.

- индивидуальные практикумы.
- индивидуальные творческие занятия;
- поисковые методы (учащемуся дается определенная проблема, решение которой он должен найти);
- индивидуальная беседа;
- индивидуальная научно – исследовательская работа;
- различные творческие задания.

Подводя итог, можно сказать о том, что полное внедрение индивидуализации образовательного процесса, это невероятный труд, который требует осторожности, сознательности и обширной перестройки образовательного процесса России, ухода от привычных устоев и систем. На данный момент Российское образование находится в самом начале перехода к индивидуализации образовательного процесса, в отличие от зарубежных стран, в которых этот процесс уже обширно распространен и применяется как в дошкольных, и школьных, так и в высших учебных заведениях.

#### Литература

1. Акимов М.К. Психофизиологические особенности индивидуальности школьников: Учет и коррекция: Учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений / М.К. Акимов, В.П. Козлова. – М.: Издательский центр „Академия», 2010.
2. Лебединцев В.Б. Индивидуализация обучения в общеобразовательной школе как психолого-педагогическая проблема. URL: [http://www.superinf.ru/view\\_helpstud.php?id=4088](http://www.superinf.ru/view_helpstud.php?id=4088) (дата обращения: 29.03.17).
3. Панова Е.М., Петрова В.С. Дифференцированный подход к учащимся / Е.М. Панова, В.С. Петрова // Восемнадцатая всероссийская студенческая научно-практическая конференция нижегородского государственного университета. – 2016. – С. 834–836.
4. Петрова В.С. Подготовка будущих учителей с учетом требований ФГОС ООО в рамках дисциплины «Методика обучения и воспитания в области экономического образования» / В.С. Петрова // Традиции и инновации в образовательном пространстве России, ХМАО-Югры и НВГУ: Материалы V Всероссийской научно-практической конференции / отв. ред. В.Б. Иванов, А.Ф. Васинова. 2016. С. 133–136.
5. Сластенин В.А. и др. Педагогика: учеб. пособие для студ. высш. пед. учеб. заведений / В.А. Сластенин, И.Ф. Исаев; под ред. В.А. Сластенина. – М.: Издательский центр «Академия», 2002. – 576 с.

УДК 37.014.54

**Ю.В. Саввина, студент**

*Научный руководитель: Г.Г. Блоховцова, канд. филос. наук, доцент  
г. Краснодар, Кубанский государственный аграрный университет им. И.Т. Трубилина*

## ЭКОНОМИЧЕСКОЕ ОБРАЗОВАНИЕ И ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В КРАСНОДАРСКОМ КРАЕ

Современный этап развития Российской Федерации характеризуется возрастающей ролью информационного общества, требующего квалифицированных кадров. Это достигается благодаря системе профессионального образования.

В качестве основных факторов, влияющих на становление и развитие системы образования можно выделить:

– политико-экономические процессы, связанные с трансформацией страны. Они изменили требования, относящиеся к рынку труда. Эти нововведения также коснулись и тех, кто включен в систему образования. Государственно-политические и социально-экономические преобразования в конце 80-х – начале 90-х гг. XX в. существенно повлияли на российское образование, в частности на реализацию академической автономии высших учебных заведений. Было обеспечено многообразие образовательных учреждений, вариативность учебных программ. Данные процессы были отражены и закреплены в Федеральном законе «Об образовании в Российской Федерации». Современные условия характеризуются тем, что в них система образования уже не может быть внутренне замкнутой и сосредоточенной сама на себе. Данная современная система характеризуется открытостью для международного сотрудничества, большей гибкостью и мобильностью;

– государственная социальная политика, учитывающая интересы отдельных групп, этносов и слоев гражданского общества. Образовательно-воспитательные учреждения в той или иной стране развиваются под значительным влиянием политики государства в социальной сфере;

– исторический опыт и национальные особенности в области народного образования. Система образования каждой страны формируется также под влиянием исторического опыта и национальных традиций в области просвещения;

– общие тенденции мирового развития: ускорение темпов развития общества, расширение возможностей политического и социального выбора, что вызывает необходимость повышения уровня готовности граждан к такому выбору;

– переход к постиндустриальному, информационному обществу, значительное расширение масштабов межкультурного взаимодействия, в связи с чем особую важность приобретают факторы коммуникабельности и толерантности;

– возникновение и рост глобальных проблем, которые могут быть решены лишь в результате сотрудничества в рамках международного сообщества, что требует формирования современного мышления у молодого поколения;

– динамичное развитие экономики, рост конкуренции, сокращение сферы низкоквалифицированного труда, глубокие структурные изменения в сфере занятости, определяющие постоянную потребность в повышении профессиональной квалификации и переподготовке работников, росте их профессиональной мобильности [5].

Образование также призвано формировать новое качество экономики и общества. Его развитие обусловлено влиянием такого фактора, как человеческий капитал. Российская система образования имеет объективные возможности для конкуренции с теми системами образования, которые существуют в развитых странах, но достижение этого обеспечивается за счет глубокой и всесторонней модернизации образовательной технологии. Стратегической целью в области образования во всем мире сегодня является повышение доступности качественного образования, соответствующего современным потребностям общества и каждого гражданина [2].

Особенности современного экономического образования заключаются в следующем:

– доминирует узкая специализация при разработке учебных программ экономистов;

– практикуется отделение теории бухгалтерского учета от базовых основ экономического образования. Считается, что бухгалтерское сопровождение производства должно быть механизировано и передано в руки узких профессионалов. Однако большинство практикующих экономистов полагают этот постулат ошибочным на том основании, что знание бухгалтерии так же необходимо экономисту;

– современная экономическая наука при анализе закономерностей бизнеса и прогнозировании его развития все больше опирается на математические и статистические методы, что требует от студентов соответствующей подготовки;

– экономическое образование все чаще выбирают в качестве второго высшего образования;

– подготовка компетентных специалистов должна опираться на изучение мировых экономических взаимосвязей. Подспорьем для современных экономистов становится знание иностранных языков [8].

Согласно статистике абитуриенты желают поступать на факультеты экономического профиля. Стать экономистом стремится каждый пятый школьник в России. Например, в Кубанский государственный аграрный университет по этому направлению в 2016 году поступило порядка 500 человек.

Важное место в системе экономического образования занимают качественные характеристики личности, формирующиеся современными профессиональными образовательными технологиями [3]. Определение гласит, что это система взаимосвязанной деятельности преподавателя и обучающихся,

основанная на конкретной концепции в соответствии с определенными принципами и взаимосвязью целей, содержания, методов, средств обучения [6]. Образовательные технологии разрабатываются педагогической наукой и внедряются в педагогическую практику высшей школы с целью повышения эффективности образовательного процесса, развития профессионально и социально компетентной личности специалиста. Одной из сторон социализации и развития личности является профессионализация, ориентированная на профессиональный эталон – субъективное представление о качествах и поведении личности, проявляющихся в трудовой профессиональной деятельности [1].

Образовательные технологии – это комплекс, состоящий из представления планируемых результатов обучения, из средств диагностики текущего состояния обучаемых; набора моделей обучения; критериев выбора оптимальной модели для данных конкретных условий.

Сами образовательные технологии делятся на модели образования, в которых можно выделить два яруса. Верхний ярус – методы и формы (его часто относят к дидактике). Нижний ярус составляет педагогическую технику (средства и приемы) и личностные особенности учителя (интуиция, манера поведения, мимика, жесты, отношения) [7].

Экономическое образование и акцентирование на образовательных технологиях в Краснодарском крае не останавливается на развитии экономических факультетов в высших учебных заведениях. Для старших школьников проводят экономические игры, суть которых заключается в высчитывании прибыли и четком понимании спадов и подъемов экономики. В рамках федерального проекта «Содействие повышению уровня финансовой грамотности населения и развитию финансового образования в Российской Федерации» в Краснодарском крае в апреле этого года пройдут тематические мероприятия. В рамках проекта для старшеклассников будут проведены открытые уроки на тему: «Управление личными деньгами – путь к успеху в жизни». Для студентов вузов и ссузов пройдут лекции на тему: «Управление личными деньгами – путь к успеху в жизни. Финансовые инструменты». В летних лагерях и на форумах проходят бизнес-встречи (деловые игры). Например, в лагере Дубрава в Северском районе проводится игра «Проектный робот», в которой участники создают паспорт проекта, пригодный в дальнейшем для реализации.

Главной целью современной системы образования на сегодняшний день является гарантия и обеспечение открытого и свободного доступа к образованию, принимая во внимание способности и интересы людей [4].

Таким образом, эффективность обучения зависит от грамотного выбора той или иной образовательной технологии или их оптимального сочетания. Структура профессиональной деятельности экономиста достаточно сложна и многопланова, таким же многоплановым должно быть и обучение, которое является одновременно и моделированием этой деятельности, и подготовкой к ней.

#### Литература

1. Блоховцова Г.Г. Педагогическое творчество в сфере высшего образования // Качество современных образовательных услуг – основа конкурентоспособности вуза: Сборник статей по материалам межфакультетской учебно-методической конференции / отв. за выпуск М.В. Шаталова. 2016. С. 317–319.
2. Блоховцова Г.Г., Волохатых А.С. Перспективы развития дистанционного образования. Преимущества и недостатки // Символ науки. 2016. № 10-2 (22). С. 119–121.
3. Блоховцова Г.Г., Складова В.Ю. Основные тенденции развития высшего профессионального образования в России // Символ науки. 2016. № 11-2 (23). С. 95–98.
4. Блоховцова Г.Г., Маликова Т.Л., Симоненко А.А. Перспективы развития дистанционного обучения // Новая наука: Стратегии и векторы развития. 2016. № 118-3. С. 89–92.
5. Влияние современной экономики на образование [Электронный ресурс]. URL: [https://nauchforum.ru/archive/MNF\\_social/10\(39\)](https://nauchforum.ru/archive/MNF_social/10(39))
6. Гузев В.В. Образовательная технология: от приема до философии. Москва, 1996. С. 9.
7. Дегтярев С.Л. Современные образовательные технологии. URL: [http://studopedia.ru/4\\_145311-sovremennie-obrazovatelnie-tehnologii.html](http://studopedia.ru/4_145311-sovremennie-obrazovatelnie-tehnologii.html)
8. Тасина И. Современное экономическое образование. URL: <http://fb.ru/article/429/sovremennoe-ekonomicheskoe-obrazovanie>

## ОЦЕНКА КАЧЕСТВА ПОЛУЧЕННЫХ ЗНАНИЙ ПО РЕЗУЛЬТАТАМ ДЕЛОВОЙ ИГРЫ НА УРОКЕ ЭКОНОМИКИ

Экономическая грамотность является важнейшим аспектом жизни современного человека. Особая потребность в экономическом образовании возникает у молодежи, так как наша страна стоит на переходе к рыночной экономике, а к выпускникам школ предъявляются новые требования, связанные с уровнем подготовленности обучающихся к современным условиям рынка. Именно поэтому сегодня среди задач общеобразовательных организаций фигурирует не только формирование определенных знаний по тем или иным дисциплинам, но и создание условий для повышения активности учащихся, их мобильности, повышения финансовой и правовой грамотности. Все это обуславливает потребность введения в программу обучения российских школьников экономических дисциплин.

Если несколькими годами ранее «Экономика» как предмет или элективный курс вводился в программу старших классов, то современные условия диктуют тенденцию освоения элементов курса экономики школьниками среднего и даже младшего звена. Так, особой популярностью среди обучающихся пользуются такие элективные курсы как «Маркетинг», «Менеджмент», «Основы предпринимательства» и другие.

Для успешной организации изучения экономических дисциплин педагоги все чаще стали прибегать к использованию активных методов обучения, в частности к деловым играм. Каждый современный педагог понимает, что важность использования активных методов обучения в своей профессиональной деятельности необходима, именно поэтому деловые игры нашли применение во всех сферах образовательной среды.

В связи с популяризацией использования деловых игр возникает потребность в разработке оценки качества полученных в результате их применения знаний. Отметим, что в современной педагогической практике специальные инструменты по оценке качества знаний, полученных именно в ходе применения активных методов обучения, еще не разработаны, чем обуславливается актуальность проблемы.

Проведение оценки качества результатов обучения необходимо рассматривать с двух сторон. Первой стороной оценки является внешняя среда, то есть оценка непосредственно потребителя образовательных услуг. С другой стороны качество может быть оценено со стороны внутренней среды, а именно оценка в самой системе образования. Существуют пять элементов образовательной системы, такие как: органы управления образованием, образовательные учреждения, образовательные программы, преподающие и обучаемые. [6, с. 54].

Для оценки качества полученных знаний по результатам проведения деловых игр, необходимо определиться, в какой среде будет происходить данное оценивание. Логично, что внешняя среда практически не сможет участвовать в оценке деловых игр как метода активного обучения. Следовательно, мониторинг будет проводиться с точки зрения внутренней среды.

Разберем подробно каждый инструмент из внутренней среды и проанализируем, каким образом можно применить его на практике, и принесет ли это результат.

Первым инструментом в системе внутренней оценки является самооценка обучающихся и обучающихся. Использование данного инструмента в настоящее время начинает популяризоваться, и вводится в систему оценивания образовательного процесса все чаще. Акцентируя внимание на этом инструменте, можно отметить, что он наиболее полно может показать результативность проведения деловой игры. Преподаватель со своей стороны может оценить свою работу и проанализировать положительные и отрицательные стороны организации игры. Ученик, в свою очередь, должен задать себе ряд вопросов: «Что нового я узнал в ходе игры?», «Пригодится ли мне данный опыт?» и «Смогу ли я перенести данный опыт на реальную жизнь?». Если обучающийся смог ответить на все вопросы, и ответы были положительными, то деловая игра реализовала себя, и педагог добился поставленной цели.

Организовать такой метод оценивания можно с помощью рефлексии в конце занятия, а также с помощью анкетирования, в котором обучающийся сможет описать свои ощущения после проведения игры. В свою очередь, для педагога будет полезно узнать у ученика о его впечатлениях и о положительных и отрицательных моментах игры. Отметим, что для данного инструмента нет научно-



методического аппарата, который позволил бы педагогу оценить качество проведенной игры в полной мере, поэтому метод рефлексивного анализа остается на сегодняшний момент наиболее применимым.

Использование описанного метода можно рассмотреть на конкретном примере в рамках преподавания дисциплины «Экономика». В качестве активного метода обучения на занятии по теме «Рынок и его структур» было предложено провести деловую игру Райзберга «Овощной рынок». В процессе рефлексии по итогу деловой игры, обучающийся должен ответить преподавателю, понял ли он что такое рынок, разобрался ли он в понятиях «купля» и «продажа», а также объяснить структуру функционирования рынка. Помимо этого ученику может быть предложено привести примеры ситуаций, которые сложились в ходе проведения игры и ответить могли бы данные события произойти в реальной жизни. Если преподаватель склоняется к проведению анкетирования, то на эти вопросы обучающийся может ответить в письменном виде.

Следующим инструментом, позволяющим оценить результативность деловой игры, является внутренний мониторинг качества. Этот инструмент позволяет охватить огромный объем пройденного материала и провести мониторинг по всем составляющим образовательного процесса. С учетом того, что мониторинг проводится не часто, его можно использовать только в том случае, когда метод деловых игр используется повсеместно. Давая учебный материал в игровой форме и проводя мониторинги, можно проследить не только динамику усвоения материала, но и пронаблюдать, какие темы не были усвоены. Преподаватель получает возможность корректировать игры и отслеживать усвоения материала. Так как мониторинг должен проводиться через определенные промежутки времени, можно увидеть степень усвоения и запоминания пройденного материала. Если результаты мониторинга являются высокими, то обучающийся может смело утверждать что ученики усвоили и запомнили полученную информацию.

Примером использования данного метода на уроке «Экономика» могут быть тестирования по пройденным темам. Изучая каждые 4 раздела экономики, преподаватель может проводить внеплановый мониторинг и оценивать результативность деятельности. Также преподаватель может комбинировать задания и не включать в тестирование те темы, которые были пройдены недавно, а проверять только темы, которые обучающиеся при плохом усвоении могли бы забыть. Так, например, после прохождения разделов «Предмет и метод экономической науки», «Рыночная система хозяйствования», «Спрос, предложение и рыночное равновесие» и «Эластичность спроса и предложения» можно провести мониторинг только по первым двум разделам. После прохождения следующих двух разделов провести тестирование по следующим разделам и т.д.

Помимо двух рассмотренных инструментов следует также обратить внимание на оценку индивидуальных достижений обучающегося. Этот инструмент прост в использовании и имеет огромную популярность как в средней школе, так и на высшей ступени образования. Для педагога данный инструмент хорош тем, что он может сразу оценить и проверить, как ученик усвоил материал, пройденный на занятии и тут же внести коррективы, если это окажется необходимым. Обучающийся, в свою очередь, также может понять, где он не усвоил материал и повторно изучить данный вопрос, либо попросить помощи у учителя.

Необходимо отметить, что только комплексная оценка сможет дать конкретное представление о результатах применения деловых игр на уроках по экономике. Используя только один инструмент, преподаватель не сможет получить целостную картину результатов своей деятельности. Процесс комплексного оценивания занимает на много больше времени и усилий, но и является самым оптимальным.

Так, адаптируя данные методы для изучения курса «Экономика», можно составить примерный план (таблица 1) оценивания результатов обучения после применения деловых игр. В таблице представлен условный план организации качества знаний на уроках экономики, где используются деловые игры. В таблице заведомо не указан инструмент «самооценивание и самоанализ», так как он применяется непосредственно после проведения занятия.

Таблица 1

**Примерный план применения инструментов оценки качества полученных знаний по результатам использования деловых игр в изучении курса «Экономика»**

Тема (раздел)	Деловая игра
Ограниченность ресурсов и безграничность потребностей	Ограниченный ресурс
Самостоятельная работа	
Рынок	Овощной рынок
Самостоятельная работа	

Рыночная система хозяйствования и Смешанная экономическая система	Различные экономические системы
Внутренний мониторинг по разделам 1 и 2	
Спрос и предложение	Предложение
Самостоятельная работа	
Фирма	Фирма
Самостоятельная работа	
Предпринимательство	Денежный поток
Внутренний мониторинг по разделам 3,4 и 5	
Рынок труда и заработная плата	Подбор персонала
Самостоятельная работа	
Безработица	Безработные и предприниматели
Контрольная работа	
Банковская система	Кто хочет стать миллионером
Внутренний мониторинг по разделам 6 и 7	
Инфляция	Инфляция
Самостоятельная работа	
Конкуренция	Кто больше
Самостоятельная работа	
Экономика и государство	Государство
Внутренний мониторинг по разделам 9, 10 и 11	
Организация международной торговли	Международная торговля
Самостоятельная работа	
Экономика современной России	Дебаты
Итоговая контрольная работа	

Таким образом, при всем многообразии инструментов оценки качества знаний школьников, применительными к результатам использования деловых игр оказываются лишь единицы. инструменты, которые используются повсеместно и приносят отличные результаты. Проанализировав инструменты оценки, были выявлены оптимальные для мониторинга качества знаний, полученных в результате проведения деловых игр. При их грамотном использовании педагог может получить комплексную картину результатов освоения дисциплины, что расширяет границы применения деловых игр в педагогической практике.

#### Литература

1. Артюхов И. Менеджмент качества подготовки специалистов / И. Артюхов // Высшее образование в России. – 2006. – № 3. – С. 3–6.
2. Грызлов В.С. Результативность системы менеджмента качества / В.С. Грызлов, Е.В. Ершов, В.В. Шаратинова // Аккредитация в образовании. – 2008. – № 27. – С. 42–43.
3. Ершов Е. Система менеджмента качества / Е. Ершов // Высшее образование в России. – 2005. – № 11. – С. 50–56.
4. Жиркова З.С. Учебно-методический комплекс – средство повышения качества образовательного процесса / З.С. Жиркова // Информатика и образование. – 2009. – № 9. – С. 125–126.
5. Звонников В.И. Современные средства оценивания результатов обучения: учеб. пособие для студ. учреждений высш. проф. образования / В.И. Звонников, М.Б. Чельшкова. Издательский центр «Академика», 2011. – С. 224.

УДК 373

**К.С. Сидорина, студент**

*Научный руководитель: В.С. Петрова, канд. культурологии, доцент  
г. Нижневартовск, Нижневартовский государственный университет*

## ПРОБЛЕМЫ СОДЕРЖАНИЯ ШКОЛЬНОГО ЭКОНОМИЧЕСКОГО ОБРАЗОВАНИЯ

На сегодняшний день необходимость школьного экономического образования ни у кого не вызывает сомнений. Такой предмет в школе как «Экономика» позволяет детям узнать экономические понятия, применить на практике полученные знания, определиться с будущей профессией. Сегодня во многих школах нет предмета «Экономика», но есть такой предмет, как «Обществознание», в который входят некоторые темы из экономики. И из-за того что время на изучение экономических тем

ограничено, учащиеся не в полной мере усваивают материал. Потому что учителя хотят рассказать как можно больше, дать детям полный материал темы, при этом они исключают практические задания из своего урока [3]. Поэтому актуальностью данной темы будет то, что в образовательных учреждениях преподавание на уроках экономики очень теоретизированно. Сейчас в школах больше теории, чем практики. Конечно понятно, что практика без теории быть не может. Прежде чем выполнять какое-либо задание мы обычно должны изучить теорию. В данном случае речь идет о предмете «Экономика», на котором ограничено время для полного усвоения материала с закреплением. Обычно учителя дают материал темы, а задания на закрепление дают детям на дом. Но как мы знаем, многие дети, а особенно это старшие классы, не выполняют домашнее задание, тем самым не закрепляют полученные знания на практике. Тем самым не до конца усваивают материал.

Важно еще осознавать и то, что многие экономические темы, которые изучаются в школе, можно встретить и в жизни. Каждый человек, закончивший университет, колледж и т.д. должен устроиться на работу, заработать деньги, построить семью, возможно, открыть свое дело. Невооруженным глазом из приведенного списка можно увидеть экономические темы, которые проходят учащиеся в школе. Поэтому ученики должны знать и понимать кто же такие занятые и безработные, что такое заработная плата, как вести семейный бюджет, как правильно создать свой бизнес и т.д. Каждая экономическая тема, которую дает на уроке учитель, должна быть закреплена практикой, будь это примеры, какие-либо задачи, таблицы, схемы, жизненные ситуации. Некоторые учащиеся могут воспринимать и понимать теорию, некоторые не усваивают полученный материал, и для них проще показать на практике что к чему. Поэтому учителю на уроке нужно не только давать детям теорию, но также закреплять ее практикой, для лучшего усвоения. Нельзя говорить, что лучше практика или теория, и то, и то важно. Практика не может быть без теории. Из теории мы черпаем те знания, которые в дальнейшем будем применять на практике. Не один специалист, не приступит к практике, не изучив теорию. Так же происходит и в школе на уроках. Хочется еще отметить и то, что не только во многих школах нет предмета «Экономика», и что очень мало времени по программе выделяют на экономические темы, но еще и то, что нет учителей именно этого предмета. Ведь зачастую предмет «Экономика» ведет учитель обществознания и истории. И иногда экономические темы учителя дают поверхностно, не углубляются в тему, чтобы подробно рассказать и показать все-то, что должны знать ученики. А ведь именно практики не хватает для усвоения знаний.

Процесс обучения должен происходить в стиле системно-деятельностного подхода, что готовых знаний учитель ученикам не дает: они возникают в процессе совместного сотрудничества. Поэтому на своих уроках учитель пытается вовлекать детей не столько в упражнения и повторение, не в запоминание готового, а в поиск информации и размышление о том, что неизвестно и что следует узнать. Выйдя из школы, ученики должны уметь правильно говорить, знать экономические термины, правильно их применять, отстаивать свои убеждения, взгляды, творчески включаться в любой процесс. На сегодняшний день, ученики разучились говорить, они уже не могут стоять у доски, отвечать на вопросы, четко излагать свое мнение. Важно научить ребенка формулировать правильно вопросы, строить предложения и все это можно сделать на уроке с применением практических заданий. Чтобы ребенок мог выходить к доске, рассказывать материал, выполнять задание, правильно решать задачи. Учителя должны помогать раскрывать способности ребенка, они должны выслушивать разные варианты решения той или иной задачи, которую решил ученик. Давать ему возможность высказывать или доказывать свою точку зрения. Учитель должен видеть, как ученик усвоил материал и как он этот материал использует на практике. Сейчас ученикам не интересны простые уроки, когда учитель диктует текст, который они должны записывать. У нас 21 век и очень много технологий, с каждым годом что-то появляется новое, будь это машина, телефон или бытовая техника. Так же и в образовательной сфере с каждым годом внедряются какие-либо новшества. И учитель 21 века, должен понимать, как сделать так, чтобы заинтересовать ученика на своем уроке. Во-первых учитель должен постоянно на протяжении всего урока вести диалог с учениками, выслушивать их мнение, варианты, которые они предлагают. Во-вторых, это должен быть не просто урок, где ученики пишут под диктовку текст, а должен быть урок в виде какой-нибудь игры, конференции, презентации и т.д. Ведь детям гораздо интереснее изучать тему, когда она происходит, например, в виде игры, они могут почувствовать себя как бизнесменами, так и экономистами, юристами и т.д. На таком уроке, дети больше узнают и почувствуют всю серьезность тех терминов, которые им приходится изучать. Примерив на себе роль, например бизнесмена, ребенок уже точно будет знать, сколько на нем лежит ответственности, какие обязанности бизнесмена он должен выполнять, какой риск несет он, когда открывает свое дело. Так же с помощью презентаций можно создавать различные задания для закрепления знаний учеников. Разные иллюстрации, схемы, таблицы ученики будут запоминать намного лучше, чем просто сказан-

ный текст со слов учителя. Нужно мотивировать учеников, чтобы они знали, для чего нужна им та или иная тема, они должны понимать всю значимость темы. Так как теория для детей не всегда понятна и интересна, и чтобы привить интерес ребенка, учитель должен строить свой урок так, чтобы было достаточно и теории и чтобы оставалось время на практические задания.

Проанализировав учебники 10–11 класса предмета «Экономика», можно поднять проблему о том, что в современных учебниках, не хватает практики. Если в учебнике И.В. Липсиц еще можно увидеть иллюстрации, примеры, то в учебнике С.И. Иванова, их вообще нет. В учебнике Липсица можно увидеть схемы, таблицы, иллюстрации, что упрощает работу на уроке, так как можно не только прочитать текст, но также разобрать с учителем ситуации, тем самым применить свои знания, высказать точку зрения. В учебнике Иванова совсем по минимуму схем, графиков, таблиц [5]. Хочется отметить еще и то, что в учебнике Липсица текст изложен достаточно понятно, трудные места в учебнике выделены, много задач и упражнений, которые ученики смогут решить не только в классе, но и самостоятельно дома. Оба учебника являются базовыми, но все же учебник Липсица намного интереснее, как в плане теории, так в плане и практики, что ученикам не хватает на сегодняшний день. С учебников Липсица можно хорошо подготовиться для сдачи экзамена [6]. Еще один учебник, который содержит очень много полезного как теории, так и практики, это учебник Л.Н. Боголюбова. Главным достоинством учебника «Обществознание для средней школы под редакцией Л.Н. Боголюбова» является возможность подготовки учащихся к ЕГЭ. Все темы включают разнообразный и интересный методический аппарат: проблемные задания, документы, статистические данные. Недостатки учебника в отсутствии иллюстративного материала, в отсутствии конкретизации отдельных тем в разделе духовная сфера. Действительно, в учебнике не так много иллюстраций, но они есть, зато текст изложен очень хорошо, все темы выделены очень удобно. Но все же, для учеников 10–11 классов не совсем раскрыты такие темы, как «Экономика», «Право», и практических заданий по этим темам недостаточно, так как темы большие, а как мы знаем, не все ученики усваивают материал на слух [2]. Именно в старших классах, нужно вложить большое количество материала в учеников, для того чтобы они успешно сдали экзамен. Понятно, что одной теории мало, учителям приходится самим искать материал для практики, ведь учебники не дают столько практических заданий, сколько надо для усвоения пройденного материала. Но также надо и понимать, что постоянно одни и те же практические задания могут перестать интересовать учеников, и учителя приходится искать другие задачи, создавать разные ситуации. Для того, чтобы решить проблемы с практическими заданиями на уроках можно включать не только задачи, примеры, таблицы, игры, но также можно предложить ученикам сделать небольшие проекты на экономические темы, представить их классу. Это привлечет также большое внимание со стороны учеников, так как, каждый из них будет хотеть выглядеть лучше, чтобы его проект понравился учителю, тем самым получить хорошую оценку. Создавая проекты, ученик глубже будет погружаться в данную тему. Помимо учебника и слов учителя, из других источников он может узнать что-то новое, и может быть эта тема заинтересует его. Ведь будущие профессии ученики выбирают себе еще со школьной скамьи. В профильных классах, где есть предмет «Экономика», там ученики изучают ее гораздо глубже, так как информации очень много представлено [4]. На таких уроках естественно учитель выдает большое количество информации, можно много придумывать для учеников практических заданий, ведь времени для них достаточно. Чтобы больше заинтересовать учеников таких классов, можно устраивать различные экскурсии, тем самым показывать ученикам на практике, какие профессии их ждут, если они посвятят свою жизнь экономической сфере. Экскурсии могут быть как на больших предприятиях, так и у индивидуальных предпринимателей. Важно чтобы именно люди, которые занимаются в этих сферах рассказали на личном опыте, что и как происходит, что ждет тех кто стремится открыть свое дело, либо работать в таких сферах. После такой экскурсии можно попросить учеников написать эссе, тем самым можно будет увидеть, как ребенок усвоил материал того, что ему рассказали. Еще одним интересным уроком может стать приглашение в школу специалиста в области экономики, будь это бухгалтер, экономист, предприниматель и т.д. Опять же, ученики могут задать интересующие их вопросы, связанные с данной темой урока, либо вопросы, которые их давно волнуют. Именно от таких людей, ученики могут узнать что-то новое. После таких встреч с людьми из экономической сферы можно сделать урок-деловую игру. Попросить учеников представить себя в роли экономиста. Какие бы действия, расчеты принимали они? Чтобы делали в экстренных ситуациях? Как бы вы себя вели со своими подчиненными? Какой бы товар закупали? и т.д. Такая постановка вопроса позволяет заставить ребят взглянуть на себя со стороны, учит самокритичности.

Уровень подготовки и развития способностей к учению у всех детей разный [1]. В классах собраны учащиеся вместе только по возрастному принципу, без учёта интеллектуальных и индивидуаль-

ных способностей, следовательно, они не могут равномерно и одинаково продвигаться вперед в усвоении знаний. Задача достижения максимально высокой успеваемости и заинтересованности предметом каждым учеником может быть решена на основе личностно-ориентированного подхода с учетом индивидуальных особенностей учащихся. Поэтому, надо развивать в ребенке те качества, которыми он обладает. Давать детям не только теорию, но и практику, чтобы ребенок проникся темой, понимал, что от него хочет учитель и сам поучаствовал в процессе всего урока. У учителя должен быть контакт с детьми, он должен понимать, что ребенок ему доверяет, поэтому уроки нужно проводить так, чтобы все дети были заинтересованы. Для учителя в первую очередь нужно совершенствовать своё педагогическое мастерство, узнавать, что нравится ученикам, какой вид урока они хотели бы видеть. Именно поэтому на уроках такого предмета как «Экономика», учитель должен создавать проблемные ситуации, решать задачи, делать творческие проекты, ведь экономические термины достаточно сложные и некоторые из них проще объяснять в виде какой-либо игры, заданий, иллюстраций и т.д. Работа учителя – это постоянное саморазвитие, он старается найти подход к детям, чтобы им был интересен урок, и после него они должны выходить из школы с новыми полученными знаниями. Не зря Александр Васильевич Суворов говорил: «Теория без практики мертва», и действительно, каждую теорию мы должны закреплять практикой, это будет повышать интерес не только учащихся, но и других учителей по различным предметам.

#### Литература

1. Мельникова В.С. Диалог в истории культуры и образования. Екатеринбург, 2000. С. 76.
2. Обществознание. 7 класс: учебник для общеобразовательных учреждений / Л.Н. Боголюбов и др.; под ред. Л.Н. Боголюбова, Л.Ф. Ивановой. – М.: Просвещение, 2010.
3. Петрова В.С. Подготовка будущих учителей с учетом требований ФГОС ООО в рамках дисциплины «Методика обучения и воспитания в области экономического образования» / В.С. Петрова // Традиции и инновации в образовательном пространстве России, ХМАО-Югры и НВГУ: Материалы V Всероссийской научно-практической конференции / отв. ред. В.Б. Иванов, А.Ф. Васинова. 2016. С. 133–136.
4. Тагиров Р.М., Тагирова А.В. Российское школьное экономическое образование: проблемы и перспективы / Р.М. Тагиров, А.В. Тагирова // Современная наука: проблемы и пути их решения: Сборник материалов Международной научно-практической конференции / Западно-Сибирский научный центр; Кузбасский государственный технический университет имени Т.Ф. Горбачева. 2015. С. 183–187.
5. Учебник для 10–11 кл. общеобразовательных учреждений с углубленным изучением экономики / Гос. унив. – Высшая школа экономики; под ред. С.И. Иванова. – 7-е изд. – В 2-х книгах. – М.: Вита-Пресс, 2004. – 304 с.
6. Липсиц И.В. Экономика. Базовый курс: Учебник для 10–11 классов. 2004. 352 с.

УДК 372.881

**Е.В. Тулякова, студент**

*Научный руководитель: В.С. Петрова, канд. культурологии, доцент  
г. Нижневартовск, Нижневартовский государственный университет*

## ДИДАКТИЧЕСКИЕ ПРИНЦИПЫ КАК ИНСТРУМЕНТ ПРИ ПОСТРОЕНИИ УРОКОВ В УСЛОВИЯХ ИНФОРМАЦИОННО-ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ СРЕДЫ

Ведущими факторами, влияющими на становление образования в нынешнее время, становятся обращение к личности обучаемых (развитие и становление личности – главная цель и лейтмотив современного образования,) и процессы глобализации. Данные притязания соединены с тем, что изменяются представления о сущности готовности человека к исполнению профессиональных функций и социальных ролей. Следствием этих изменений стало появление новых федеральных государственных образовательных стандартов, обеспечивающих условия для подготовки личности, способной к жизни в изменяющихся социально-экономических условиях. Принципиально понять, что традиционный процесс изучения в школе, без сомнения, в результате давал образовательные итоги, но эти итоги были популярны прежним социумом с его ценностями и эталонами. На прогрессивное общество оказывают большое воздействие информационные компьютерные технологии. Эти технологии попадают во все сферы людской деятельности. Одним из примеров является компьютеризация образования. Именно поэтому новые образовательные результаты можно получить только в рамках обучения в информационной образовательной среде, обеспечивающей информационно-методические условия реализации образовательной программы.

Сегодня в Российской Федерации идет формирования «свежей» системы образования. Система внедряется в мировое информационно-образовательное пространство. При этом неминуемы реформы в педагогической теории и практике. Изменения затронут содержание технологий обучения. Они отражаются в требованиях федеральных государственных образовательных стандартах. Современная информационно-образовательная среда – это «открытая педагогическая система, сформированная на основе разнообразных информационных образовательных ресурсов, современных информационно-телекоммуникационных средств и педагогических технологий» [3, с. 13]. Применение информационно-коммуникационных технологий в образовании повышает качество и его доступность, способствует совершенствованию образовательных технологий, появлению новых форм обучения, созданию электронных образовательных ресурсов и доступа к ним широкого круга обучающихся [1, с. 1]. Поэтому усилены требования к школьной инфраструктуре, оборудованию, информационной среде.

Что должно иметь образовательное учреждение в рамках федерального государственного стандарта для создания информационно-образовательной среды?

В первую очередь, программное обеспечение общего назначения, программное обеспечение для автоматизации деятельности различных служб (для учета учащихся и родителей, кадрового учета и другое). Не стоит забывать про программно-методическое оснащение для организации учебно-воспитательного процесса и о информационных ресурсах образовательного учреждения [2, с. 13–14]. Материально-техническое и информационное обеспечение выступает как средство осуществления образовательной деятельности. Из определения информационно-образовательной среды образовательного учреждения формируем понятие информационно-образовательная среда урока. Ей характерны следующие свойства, обеспечивающие достижение планируемых образовательных итогов: гибкость организационной структуры обучения, целостность, открытость, доступность, альтернативность, наглядность, интерактивность [4, с. 2]. Помимо всего этого, информационно-образовательная среда урока позволяет воплотить дидактические возможности новаторских педагогических технологий, эффективно осуществить персональную и коллективную работу учащихся, обеспечивая тем самым целенаправленное становление их самостоятельной и познавательной деятельности. Планирование учебного процесса сейчас – это цепь основательно отобранных и взаимозависимых структурных элементов, допускающих анализ и подбор важных для данного этапа обучения предполагаемых образовательных результатов, выбор типов учебной деятельности, определенных выделенными образовательными результатами, и средств обучения для осуществления этих видов учебной деятельности. Несомненно, что такой подход предоставляет педагогу право выстроить урок по новым правилам при условии использования в процессе обучения средств информационно-коммуникационных технологий. Это, в свою очередь, потребует переосмысления значимости и характера высококвалифицированной деятельности учителя в критериях работы в новой информационной образовательной среде [4, с. 3]. На сегодняшний день, учебный процесс ориентирован на создание навыка работы с информацией, её целесообразного использования, который обеспечивает саморазвитие и самоактуализацию обучающегося. Главенствующую роль приобретает метод, который базируется на рефлексии: работа требует от обучающегося самостоятельного формирования системы знаний, умений и навыков [5, с. 27]. Немаловажную ценность представляет формирование способов деятельности, применимых как в рамках образовательного процесса, так и при решении проблем в реальных жизненных ситуациях. Тем самым можно отметить, что построение учебного процесса в информационно – образовательной среде существенно изменяет роли и характер передового взаимодействия его соучастников. Характер взаимодействия участников учебного процесса нашел отражение в принципах педагогики сотрудничества. В такого рода сфере достигается восприятие и признание учащегося, основанное на стремлении учителя встать на место ученика. Преобразовываются и роли участников образовательного процесса. Актуально обратить внимание на то, что в новом формате информационно-образовательной среды педагог становится носителем прогрессивного педагогического мышления и основ педагогики сотрудничества, рефлексирующим профессионалом, способным к проектированию и перепроектированию учебного процесса согласно с указанными принципами [4, с. 4]. Наряду с этим, в рамках учебного процесса в информационной образовательной среде такие функции учителя, как контроль, коррекция, тренинг типовых умений, могут осуществляться при помощи средств информационно-коммуникационных технологий, что значительно упрощают его профессиональную деятельность. В общем реализация подобного подхода приводит к возникновению у обучаемых устойчивой заинтересованности к обучению и познавательных мотивов. У них определяются: потребности в самообучении, саморазвитии; способность самоопределяться в учебной деятельности с понимаем личной ответственности в ней; необходимости в коллективной работе, нацеленной на получение единого результата. Отсюда формируются несколько ролей при условиях учебного процесса в рамках информаци-

онной образовательной среды, в которых педагог выступает в качестве: участника проектной деятельности учащихся, создателя или исполнителя образовательных проектов, проектировщика учебных курсов, эксперта учебной деятельности, инициатора педагогической поддержки учащихся в ходе процесса обучения, тьютора [4, с. 5]. В связи с этим учителю необходимо знать дидактические принципы построения прогрессивного урока.

Так какие дидактические принципы необходимо знать педагогу при проектировании уроков в условиях информационно-образовательной среды?

В процессе проектирования учебного процесса в современной информационной образовательной среде надо иметь в виду, что он должен соответствовать фундаментальным дидактическим принципам, сущность которых оптимизирована со стороны деятельностного подхода. Дидактические основы построения урока в информационно-образовательной среде являются одним из значимых инструментом для анализа планируемых образовательных результатов. В современности конкретизировано и показано на инструментальном уровне суть принципов научности, наглядности, системности, активности, кооперации, принципа сознательности и индивидуализации [4, с. 5]. Проанализируем более детально каждый из них.

Принцип научности представляет собой один из ключевых дидактических принципов. С современной точки зрения он характеризуется как подбор содержания учебного материала, так и методы его усвоения, соответствующие научному знанию. Согласно этому обучающиеся должны приобрести способности научного поиска, овладеть современными методами познания. Из этого следует требование заполнить учебный процесс в образовательной среде таким содержанием, которое наиболее продуктивно может быть использовано (применимо) только с помощью средств информационно-коммуникационных технологий. Имеется необходимость выделить то, что сущность такого учебного процесса должна стать не целью, а инструментарием достижения предполагаемых образовательных результатов. Из принципа научности выливается условие проблемно-деятельностной постановки учебного процесса в информационной образовательной среде. Подобная форма преподавания ставит учащегося в положение исследователя, конструктора, проектанта, соучастника коммуникации, организатора общения, содействует формированию аналитического и логического мышления. Характеризуемая данным принципом направленность результативно способствует достижению личностных и метапредметных результатов.

Принцип наглядности или визуализации говорит о необходимости создания у обучаемого чувственного взгляда о исследуемом объекте в сегодняшней его трактовке, выставляет условие предъявлять макет изучаемого объекта или процесса в форме, позволяющей наиболее явно выявить значительные взаимосвязи и взаимоотношения объекта. Таковые связи и отношения модели могут быть подчеркнуты и усилены перспективами средств информационно-коммуникационных технологий. Преимущественно значимый вывод, который следует из современного понимания принципа визуализации, состоит в том, что в такой информационной образовательной среде, возможно и важно не только предъявлять предмет исследования, но и осуществить работу обучающегося по переустройству объекта либо в форме достраивания модели или процесса, либо в форме модификации и переконструирования.

Прогрессивная дидактика особо отмечает принцип системности. Он содержит в себя мысли общенаучного способа системности, логику целостного раскрытия объектов и явлений исследуемой действительности. Применительно к этому принципу стоит акцентировать внимание в объектах или явлениях, представляемых с помощью средств информационно-коммуникационных технологий, на основные структурные компоненты и ключевые связи между ними, позволяющие представить это явление (этот предмет) в целостном виде.

Принцип активности призван определять аспекты выбора более оптимальных типов работы обучающегося. Этим аспектом считается соответствие содержания действий обучаемого усваиваемой информации, притом инициатива выступает как потребность отображение обучающимися не только предметных, а и собственных учебных действий, в процессе каковых и совершается осваивание предметных умений. В случае если устанавливается миссия создания у детей стандартных умений, то организацию деятельности необходимо осуществлять согласно готовому алгоритму, заданному средствами. Наоборот, в случае если предполагается формирование умений решать эвристическую задачу, то необходимо предоставить ребёнку возможность самостоятельно выстроить алгоритм своих действий.

Принцип индивидуального подхода в современном понимании базируется на идеях личностного подхода к обучаемому как к субъекту деятельности. Сущность данного принципа предстаёт равно

как концепция индивидуализированных приёмов и методов сотрудничества педагога с учениками в рамках современного педагогического мышления.

Принцип кооперации отображает совместную работу учителя с обучающимися, если любой из соучастников осуществляет установленные функции, при этом педагог в первую очередь стремится создать условия для развития школьников, которые соответственно должны быть нацелены на достижение новых образовательных результатов.

Проектируя учебный процесс в информационно-образовательной среде, наставник не просто выбирает методы, технологии, средства обучения, обеспечивающие работу с определенным фрагментом содержания образования, а формирует единый дидактический комплекс, этим самым обеспечивая одну из важнейших характеристик информационной образовательной среды – целостность [4, с. 6].

В информационно-образовательной среде учебный процесс базируется как интегрированная система, состоящая из множества компонентов, которые отвечают урочной, научно-исследовательской деятельности, измерению, контролю и оценке результатов обучения. Важнейшим качеством учебного процесса в такой среде на основе применения средств информационно-коммуникационных технологий является его единство, а также взаимосвязь всех частей – блоков. Урок делится: ценностно-целевой блок-совокупность всех целей и задач учебного процесса в информационно-образовательной среде, программно-методический, что представляет из себя всю необходимую информацию в соответствии с возможными стратегиями, формами, программами, технологиями обучения, также информационный блок (информация, положенная в основу учебной деятельности). Сюда же стоит отнести коммуникационный – формы взаимодействия между соучастниками учебного процесса и технологический блок, что включает в себя средства, используемые в информационно-образовательной среде.

Не нужно упускать из виду, что принципиальным звеном урока в информационной образовательной среде является учебник. На смену предыдущим, традиционным учебникам приходит учебно-методический комплекс, содержащий электронные приложения, ресурсы, методической поддержки, интернет-поддержку образовательного процесса и многое другое. Совершенствование информационных и коммуникационных технологий дает возможность утверждать, что электронные образовательные ресурсы занимают свое заслуживающее пространство. Поэтому от учителя зависит, насколько выбор учебных изданий будет педагогически обоснованным. Ему необходимо определять, какие средства войдут в комплекс и какие средства необходимо привлечь на каждом из этапов, чтобы обеспечить целостность учебного процесса в информационной образовательной среде. При этом предпочтение стоит отдавать ресурсам, которые методически грамотно выстроены, раскрывают содержание образования в той же логике, что и базовый учебник, не дублируют, а обогащают и углубляют его. Названные действия осуществляются учителем и входят в состав проектировочного компонента профессиональной деятельности, что ещё раз доказывает значимость его формирования.

В заключении можно прийти к выводу, что дидактические принципы построения урока в информационной образовательной среде являются важным педагогическим инструментом в подготовке учителем такого урока, и особенно они важны для анализа планируемых образовательных результатов.

#### Литература

1. ГОСТ Р 55751-2013 Информационно-коммуникационные технологии в образовании. Электронные учебно-методические комплексы. Требования и характеристики: национальный стандарт Российской Федерации; введен 2015-01-01 / Федер. агентство по техн. регулированию и метрологии; Моск. гос. технологич. ун-т. – Москва: Стандартинформ, 2014.
2. Икеева Р.Р. Управление качеством общего образования на основе использования информационных технологий: автореф. дис. ... канд. пед. наук. – Ставрополь, 2012. – 22 с.
3. Привалова С.Ю. Информационная образовательная среда обучения информатике учащихся в школах с углубленным изучением предметов музыкального цикла: автореф. дис. ... канд. пед. наук. – Санкт-Петербург, 2016.
4. Чернобай Е.В. Технология подготовки урока в современной информационной образовательной среде: пособие для учителей общеобразовательных организаций [Текст] / Е.В. Чернобай. – 3-е изд. – Москва: Просвещение, 2014. – 54 с.
5. Штейнберг В.Э. Теория и практика дидактической многомерной технологии [Текст] / В.Э. Штейнберг. – Москва: Народное образование, 2015. – 350 с.



## **ОРГАНИЗАЦИЯ ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАНЯТИЙ ПО ЭКОНОМИЧЕСКИМ ДИСЦИПЛИНАМ В ИНТЕРАКТИВНОЙ ФОРМЕ**

Переход к новым образовательным стандартам, основанным на компетентностном подходе, трансформировал весь образовательный процесс [2, с. 259]. Основная тенденция таких изменений наблюдается в увеличении практических занятий и сокращении лекционных, в увеличении часов самостоятельной работы студентов, что влечет изменение методов обучения. Так, например, в учебном плане подготовки магистров по направлению «Экономика фирмы» по курсу «Теория отраслевых рынков» на лекции отводится 25% от общего количества часов, на практики – 75%. Цель замены лекций семинарскими занятиями состоит в обеспечении контакта студентов с преподавателями, постоянного диалога, т.е. обратной связи. Так, формируется дифференцированный подход к каждому студенту. Однако, несмотря на все достоинства такого распределения времени, реализация учебного плана часто осложняется. Самостоятельное изучение студентами отдельных разделов дисциплины «Теория отраслевых рынков», которая наполнена математическими моделями, в условиях ограниченного количества лекционных занятий, оказывается весьма затруднительным.

В связи с этим актуальным становится вопрос о такой форме организации практических занятий и самостоятельной работы, которая обеспечит замену лекционной составляющей в процессе обучения и увеличит поисковую активность обучающихся, обеспечивая при этом формирование необходимых компетенций. Процесс реформирования системы теоретических экономических знаний и его последствия для экономического образования обсуждался неоднократно [7, с. 41; 8, с. 12; 10, с. 134].

Интерактивная лекция в технологии критического мышления позволяет решить проблему распределения времени. Интерактивная лекция – это лекция с предварительным домашним заданием, презентацией и обсуждением вопросов.

Организация самостоятельной работы и занятий в интерактивной форме становится более продуктивной при использовании современных дистанционных технологий обучения. В качестве инструмента, который позволяет студентам, подготовиться к интерактивной лекции или практическим занятиям, можно использовать модульную объектно-ориентированную динамическую учебную среду (Moodle).

Преимуществом работы в этой системе для студентов является свобода с выборе времени и места изучения курса [1, с. 217]. Преподаватели должны поддерживать курс в актуальном состоянии, наполнить его лекциями, презентациями, заданиями, кейсами, необходимой учебной и научной литературой, материалами для проверки знаний. Важно продумать навигацию по курсу, чтобы студенту было легче последовательно изучать предмет, что возможно сделать с использованием ярлыков, тегов и гипертекстовых ссылок. В форуме или в чате можно проводить обсуждение различных вопросов по группам, оценивать сообщения, прикреплять к ним файлы любых форматов [1, с. 217]. В личных сообщениях и комментариях можно пообщаться с преподавателем лично. Такая функция, как «Рассылка» позволяет оперативно информировать всех участников курса или отдельные группы о текущих событиях: не нужно писать каждому студенту о новом задании, группа получит уведомление автоматически.

Следовательно, такие системы как СДО Moodle, являясь одной из современных образовательной технологией, позволяют быть на связи с обучаемым, выполнять текущий и итоговый контроль, хранить все необходимые материалы в одном месте – Интернете [1, с. 217]. Поэтому, СДО Moodle может стать незаменимым средством при проведении интерактивных лекций у магистров и бакалавров очной и заочной формы обучения.

В процессе обучения необходимо учитывать конкретные цели программы магистерской подготовки. Например, обучение по магистерской программе «Экономика фирмы» в рамках курса «Теория отраслевых рынков» должно способствовать формированию компетенции ПК-2 «способность разрабатывать стратегии поведения экономических агентов на различных рынках». Для этого студент должен овладеть навыками экономического анализа отраслевой ситуации. Поэтому в рамках обучения магистрантов на семинарских занятиях эффективными оказываются следующие интерактивные методы в технологии критического мышления:

- 1) кейс-метод, который предполагает создание определенной проблемной ситуации на основе фактов из реальной жизни [2, с. 261];
- 2) групповая дискуссия, направленная на обсуждение какого-либо спорного вопроса, проблемы [2, с. 261];
- 3) методы группового решения творческих задач позволяют найти различные варианты решений поставленных задач, оценить их и выбрать решение, соответствующее сложившейся ситуации [2, с. 261];
- 4) проектирование – решение конкретной задачи, поставленной перед обучающимся, на основе самостоятельных исследований проблемы, имеющих определенный результат и представляемый в виде презентации или доклада [2, с. 261];
- 5) занятие с использованием таблицы «Знаю. Хочу узнать. Узнал»;
- 6) метод портфолио – коллекция работ студента, всесторонне демонстрирующая не только его учебные результаты, но и усилия, приложенные к их достижению, а также очевидный прогресс в знаниях и умениях студента по сравнению с его предыдущими результатами;
- 7) метод «Зигзаг» для изучения большого объема материала в малых группах сменного состава, разработанный Эллиотом Аронсоном;
- 8) «круглый стол» для формирования у студентов умения хорошо аргументировать мысли, высказывать свою точку зрения по обсуждаемой проблеме [3, с. 69];
- 9) «видеолекция» с целью актуализации и визуализации изучаемого материала [4, с. 56];
- 10) коллоквиум – собеседование преподавателя со студентом по самостоятельно подготовленной студентом или выбранной преподавателем теме [5, с. 60].

Интерактивные методы обучения в технологии критического мышления направлены на создание условий, при которых студенты самостоятельно приобретают недостающие знания из различных источников; учатся пользоваться приобретенными знаниями для решения познавательных и практических задач; приобретают коммуникативные умения, работая в различных группах; развивают у себя исследовательские умения (умения выявления проблем, сбора информации, наблюдения, проведения эксперимента, анализа, построения гипотез, обобщения) и системное мышление. В результате активизации познавательной деятельности студентов повышается качество образования [6, с. 312; 9, с. 394].

В экономике знаний образование является приоритетной отраслью, и в этом качестве оно выступает как системообразующая основа развития современного общества [7, с. 39].

#### Литература

1. Беленкова И.В. Дистанционные образовательные технологии как один из основных видов современной образовательной технологии // Инновации в профессиональном и профессионально-педагогическом образовании: материалы 20 Всероссийской научно-практической конференции (Екатеринбург, 22-23 апреля 2015 г.). Том I. – 355 с.
2. Комарова О.В. Концептуальные основы организации обучения магистров по экономической теории // Инновации в профессиональном и профессионально-педагогическом образовании: материалы 20 Всероссийской научно-практической конференции (Екатеринбург, 22-23 апреля 2015 г.). Том I. – 355 с.
3. Ключева И.С. «Круглый стол» как одна из организационных форм познавательной деятельности учащихся // Качество и полезность в экономической теории и практике : мат-лы VIII Всероссийской заочной науч.-практ. конф. (30 ноября 2016 г.): сб. / отв. ред. Л.Ю. Руди; Новосиб. гос. ун-т экономики и управления. – Новосибирск: НГУЭУ, 2016. – С. 68–78.
4. Колесова Т.Л., Тропникова Т.А. Видеоматериалы как метод повышения качества усвоения знаний по дисциплине «Экономическая теория» // Качество и полезность в экономической теории и практике : мат-лы VIII Всероссийской заочной науч.-практ. конф. (30 ноября 2016 г.): сб. / отв. ред. Л.Ю. Руди; Новосиб. гос. ун-т экономики и управления. – Новосибирск: НГУЭУ, 2016. – С. 53–58.
5. Ковтун О.И. Научный коллоквиум как новый тип взаимодействия преподавателя-исследователя и студента // Качество и полезность в экономической теории и практике: мат-лы VIII Всероссийской заочной науч.-практ. конф. (30 ноября 2016 г.): сб. / отв. ред. Л.Ю. Руди; Новосиб. гос. ун-т экономики и управления. – Новосибирск: НГУЭУ, 2016. – С. 60–67.
6. Руди Л.Ю., Иваненко М.А. Познавательная деятельность студентов как средство повышения качества образования: по итогам круглого стола // Экономика и социум. – 2015. – № 1-1 (14). – С. 312–318.
7. Руди Л.Ю. Роль экономической теории в повышении качества подготовки экономистов в экономическом ВУЗе // Качество и полезность в экономической теории и практике: мат-лы VIII Всероссийской заочной науч.-практ. конф. (30 ноября 2016 г.): сб. / отв. ред. Л.Ю. Руди; Новосиб. гос. ун-т экономики и управления. – Новосибирск: НГУЭУ, 2016. – С. 37–44.
8. Руди Л.Ю., Романова Т.Г. Качество образования и государственные образовательные стандарты в преподавании экономической теории // Качество и полезность в экономической теории и практике: мат-лы VII Всерос. науч.-практ. конф. – Новосибирск: НГУЭУ, 2014. – С. 11–18.
9. Руди Л.Ю., Рябошлык В.Ф. Активизация познавательной деятельности студентов как основа повышения качества обучения // Электронный научный журнал. – 2016. – № 3 (6). – С. 393–399. – URL: <http://www.iupr.ru>
10. Федорова Л.Н. О содержании курса экономической теории и месте предмета в основной образовательной программе бакалавриата // Вестн. ТГУ. – 2013. – № 370. – С. 132–135.

## ОРГАНИЗАЦИОННЫЕ ФОРМЫ ПРОВЕДЕНИЯ ЗАНЯТИЙ И ВИДЫ АКТИВНЫХ МЕТОДОВ ОБУЧЕНИЯ В ИЗУЧЕНИИ ЭКОНОМИКИ В ШКОЛЕ

Исходный дидактический принцип построения учебного курса экономики – наличие учебной концепции, в соответствии с которой отбираются и выстраиваются традиционные вопросы данной науки. Выработка учебной концепции и есть то, что образует индивидуальность учебного курса данного преподавателя. Только при наличии учебной концепции преподавателя можно уподобить архитектору, который, имея перед собой набор стандартных деталей, создает неповторимое строение [4].

Изучение основ экономики в школе в основном осуществляется традиционными методами – в виде урока, урока-лекции, урока-семинара и т.п. Но можно использовать и специфические организационные формы изучения материала, учитывающие особенности экономических явлений и процессов и дающие возможность учащемуся самостоятельно производить расчеты, связанные с оплатой труда и, в частности, с начислением заработной платы, вести учет личных денежных средств, получать экономическую информацию, анализировать ее и делать соответствующие выводы.

К активным методам обучения относится применение наглядных пособий. Графики, таблицы, диаграммы являются неотъемлемыми атрибутами учебных занятий и побуждают ученика осмысливать любую статистическую информацию. Помимо наглядных пособий учитель может использовать и такой прием, как переход от повествовательного изложения материала к постановке вопросов к аудитории. Это активизирует внимание учащихся.

Пример таблицы из собственно проведенного урока в 11 классе г. Нижневартовска, школа № 6. Тема урока: Валовой внутренний продукт.

Год	Номинальный ВВП, млрд. дол.	Дефлятор ВВП, % к 2013 г.
2015	6350	124
2016	6735	127

Определите:

А) реальный ВВП 2015 г. в ценах 2013 г.;

Б) реальный ВВП 2016 г. в ценах 2013 г.;

В) темпы прироста номинального ВВП в период с 2015 г. по 2016 г.;

Г) темпы прироста реального ВВП (в ценах 2015) в период с 2015 г. по 2016 г.;

Д) темп инфляции (темпы прироста дефлятора ВВП) в период с 2015 г. по 2016 г.

**Рис. 1. Пример использования таблицы на уроке**

С точки зрения активизации процесса обучения, приоритетным является использование деятельностного подхода. Он предполагает не столько изложение учеником подготовленного домашнего задания, сколько решение конкретных практических заданий с использованием изученного материала. Для этого можно использовать организацию имитационных игр, экономических задач на основе индивидуальных и совместных расчетов, обсуждение реальных фактов для приобретения опыта принятия самостоятельных решений и т.д. Проведение занятий в таких формах требует высокой профессиональной подготовки преподавателя и соответствующего эмоционального настроя.

Именно с помощью такой активизации процесса обучения, я проверяла и закрепляла знания в 11 классе на уроке экономике по теме: «Валовой внутренний продукт».

Задача: Предположим, что в экономике производятся и потребляются 3 блага. Рассчитать дефлятор ВВП для 2016 г.

Таблица 1

**Данные для решения задачи**

Годы	2005	2006	2015	2016
Благо	Цена	Количество	Цена	Количество
Книги	10	10	15	8
Джинсы	27	6	34	7
Телевизоры	655	3	1425	5

Ответ: дефлятор ВВП  $= 8 \cdot 15 + 7 \cdot 34 + 5 \cdot 1425 / 8 \cdot 10 + 7 \cdot 27 + 5 \cdot 655 \cdot 100\% = 211\%$

Произошел рост цен в 2016 г. по сравнению с 2006 г.

Также для активизации процесса обучения крайне необходима правильная организация самостоятельной работы учащихся [2]. Полезно периодически практиковать подготовку докладов и рефератов по наиболее актуальным проблемам. Проведение «круглых столов». Такие формы позволяют рационально сочетать индивидуальный подход к каждому отдельному ученику с активизацией учебного процесса в целом.



Рис. 2. Методы обучения

Одной из существенных методических особенностей преподавания экономических дисциплин является использование математического аппарата – графиков и формул. Не обойтись учителю и без использования статистического материала. Исследование экономических процессов как и изложение экономического учебного материала невозможно без статистического анализа, фактических данных, количественных показателей. Без них нельзя представить экономический процесс ни во времени, ни в пространстве, ни в сравнении, ни в динамике [4].

Использование в обучении методов имитационного моделирования представляет определенную сложность для преподавателей, так как требует не только специальных знаний в области своего предмета, но и владения основами теории и методики игротехнического творчества [4]. К таким методам обучения относятся деловые игры – особый способ построения моделей, допускающий одновременное многостороннее взаимодействие соревнующихся и сотрудничающих игроков. Деловая игра используется для решения комплексных задач усвоения нового, закрепления материала, развития творческих способностей, формирования общеучебных умений, дает возможность учащимся понять и изучить учебный материал с различных позиций [1]. В учебном процессе выделяется несколько типов деловых игр:

- ролевые игры, в процессе которых их участники разыгрывают определенные жизненные ситуации и при этом играют реальные роли участников этих ситуаций. Для проведения игр с исполнением ролей разрабатывается модель-пьеса ситуации, между учащимися распределяются роли с «обязательным содержанием»;

- операционные игры, или жесткие деловые игры, в которых имеются ограничения на отдельные ходы или внешние воздействия. Они помогают отрабатывать выполнение конкретных специфических операций, в них моделируется соответствующий рабочий процесс. Игры этого типа проводятся в условиях, имитирующих реальные;

- организационно-деятельные игры, в которых непременным условием является деятельность играющих [1].

– имитационные игры, на которых имитируются события, конкретная деятельность людей (деловое совещание, обсуждение плана, проведение беседы и т.д.) и обстановка, условия, в которых происходит событие или осуществляется деятельность. Сценарий имитационной игры, кроме сюжета события, содержит описание структуры и назначение имитируемых процессов и объектов;

– «деловой театр», когда разыгрывается какая-либо ситуация, поведение человека в этой обстановке. Основная стоящая задача метода инсценировки – научить подростка ориентироваться в различных обстоятельствах, давать объективную оценку своему поведению, учитывать возможности других людей, устанавливать с ними контакты. Для метода инсценировки составляется сценарий, где описываются конкретная ситуация, функции и обязанности действующих лиц, их задачи [3].

Технологию деловой игры можно представить в виде таблицы:

Таблица 2

**Технологическая схема деловой игры**

Этапы игры	Структура	Содержание
Этап подготовки	Разработка игры	<ul style="list-style-type: none"> <li>- разработка сценария</li> <li>- план деловой игры</li> <li>- общее описание игры</li> <li>- содержание инструктажа</li> <li>- подготовка материального обеспечения</li> </ul>
	Ввод в игру	<ul style="list-style-type: none"> <li>- постановка проблемы, целей</li> <li>- условия, инструктаж</li> <li>- регламент, правила</li> <li>- распределение ролей</li> <li>- формирование групп</li> <li>- консультации</li> </ul>
Этап проведения	Групповая работа над заданием	<ul style="list-style-type: none"> <li>- работа с источниками</li> <li>- тренинг</li> <li>- мозговой штурм</li> <li>- работа с игротехником</li> </ul>
	Межгрупповая дискуссия	<ul style="list-style-type: none"> <li>- выступления групп</li> <li>- защита результатов</li> <li>- правила дискуссии</li> <li>- работа экспертов</li> </ul>
Этап анализа и обобщения		<ul style="list-style-type: none"> <li>- вывод из игры</li> <li>- анализ, рефлексия</li> <li>- оценка и самооценка работы</li> <li>- выводы и обобщения</li> <li>- рекомендации</li> </ul>

Таким образом, вышеуказанные деловые обучающие игры направлены на решение ряда комплексных задач и дают возможность целостно смоделировать систему будущей профессиональной деятельности.

В целом же активизация процесса обучения, его эффективность достигается, прежде всего, пробуждением у обучающихся интереса к изучаемому предмету, доверием к выводам преподавателя, положительными эмоциями от приобретения новых знаний, помогающих адаптации в новой реальности.

Итак, рассматривая особенности школьного экономического образования в профильном обучении, определяя проблемы и перспективы его развития, мы можем отметить, что современное экономическое образование школьников практически ориентировано на получение обобщённых экономических знаний. Проблема формирования экономического мышления, научных представлений об экономике, базирующихся на системе экономических категорий, составляет дидактическое содержание учебного курса в школе.

#### Литература

1. Бабурин В.А. Деловые игры по экономической и социальной географии: Книга для учителя. – М., 1995. – С. 4–5.
2. Петрова В.С. Диалог в истории культуры и образования: автореф. дис. ... канд. культурологии / В.С. Петрова; Нижневартковский государственный университет. Нижневартовск, 1998. – 25 с.
3. Селевко Г.К. Опыт системного исследования педагогических технологий // Школьные технологии. – 1977. – № 1. – С. 17.
4. Экономическая теория в школе. Книга для учителя / под ред. Л.А. Гусева. – Ростов-на-Дону: ФЕНИКС, 1996. – 544 с.

## СЕКЦИЯ «ЭКОНОМИЧЕСКАЯ НАУКА ГЛАЗАМИ НОВОГО ПОКОЛЕНИЯ»

УДК 339.1

**В.Ф. Ангелуца, студент**

*Научный руководитель: А.В. Тагирова, преподаватель  
г. Нижневартовск, Нижневартовский государственный университет*

### РЫНОК СОТОВЫХ ТЕЛЕФОНОВ В ГОРОДЕ НИЖНЕВАРТОВСКЕ

Сотовые телефоны за последние несколько лет переросли в нечто большее, чем просто аппараты для осуществления телефонных коммуникаций. В данное время сотовые телефоны могут представлять собой малый компьютер в довольно компактном и удобном корпусе.

Рынок сотовых телефонов существует уже около 20-ти лет, но несмотря на свой малый возраст он уже успел настичь свой пик. Аналитическая компания CCS Insight провела исследование мирового рынка мобильных телефонов и пришла к выводу, что спрос на эту продукцию достиг насыщения. На новые потребности реагируют как можно быстрее: адаптируют производство новых товаров и услуг. Высокая степень конкуренции на рынке заставляет предпринимателей применять новшества в бизнесе, будь то новый вид товара или услуги, новый подход в управлении персоналом, новое оборудование [10]. Не помогают и смартфоны, занимающие большую часть продаж сотовых телефонов.

Эксперты выяснили, что в 2016 году поставки мобильных телефонов в глобальном масштабе сократились на 1,3% в сравнении с 2015. Отмечается, что сложная ситуация наблюдалась на всех рынках, кроме Китая, где происходило восстановление после слабого 2015 года [8]. Изменения в современной экономике сопровождаются снижением объемов промышленного производства, понижением жизненного уровня значительной части населения страны, острым снижением эффективности национальной экономики, но тем не менее спрос на сотовые телефоны всегда есть [7].

Рынок сотовых телефонов динамично развивается и с каждым кварталом диктует свои новые правила. Но правила игры не сильно изменились по сравнению с 2016 годом. Главной тенденцией начала 2017 года на рынке сотовых телефонов являются смартфоны среднего ценового диапазона. Производители пока не балуют своих покупателей новациями в своих телефонах. Они лишь продолжают увеличивать и без того мощную техническую составляющую.

В российских городах ритейлеры начинают наращивать темпы поставки новых смартфонов, после волнительных и скачкообразных 2014–2015 годов. Небольшая стабилизация курса доллара позволяет производителям нормализовать темпы реализации товара.

Согласно оценкам J'son & Partners Consulting, в 2016 году объем российского рынка смартфонов в натуральном выражении составил 26,4 миллиона устройств. По сравнению с 2015 годом рынок вырос на 4,4%, по сравнению с 2014 годом – на 1%. Таким образом, можно сказать, что рынок смартфонов постепенно начинает восстанавливаться от последствий девальвации рубля, а пользователи начинают привыкать к новым реалиям и адаптироваться к новым ценам на устройства [9].

Понятия «сотовый ритейлер» не существует и чтобы ответить на данный вопрос нужно разобраться, а кто такие ритейлеры вообще? Ритейлер-это (от англ. retail) фирма торгующая товаром в розницу, а не оптом. Из этого можно сделать вывод что, сотовый ритейлер – это фирма, продающая телефоны в розницу [1]. Крупнейшими официальными сотовыми ритейлерами России являются: Связной, Евросеть, М.Видео, МТС, Мегафон. Последние две компании из списка в отличие от остальных занимаются предложением услуг сотовой связи, и продажа телефонов для них является лишь завлекательной услугой для предоставления своих мобильных услуг.

Давайте разберёмся, на все ли модели телефонов разные ритейлеры устанавливают одинаковые цены. И какие условия и акции предлагаются различными магазинами при продаже телефонов. Сравним цены пяти популярных телефонов в России: Apple iPhone 7 (32 Gb), Samsung Galaxy S7 (32Gb), Sony Xperia XA, Xiaomi Redmi 4A, Nokia 105. Сравнительная таблица представлена ниже (табл. 1).

Таблица 1

## Цены на популярные телефоны у сотовых ритейлеров

Ритейлер Телефон	Связной [6]	Евросеть [2]	М.Видео [3]	МТС [5]	Мегафон [4]
Apple iPhone 7 (32 Gb)	51 990	51 990	52990	51 990	51 990
Samsung Galaxy S7 (32 Gb)	42 990	42990	42990	42 990	42 990
Sony Xperia XA	16 990	16 990	16 990	16 990	16 990
Xiaomi Redmi 4A	9990	—	9990	9990	—
Nokia 105	1 390	—	1490	990	1 490

На данный момент Связной, захватывает большую часть на рынке телефонов среди остальных официальных ритейлеров, хочется отметить успешную и умеренную маркетинговую деятельность со стороны компании. Связной предоставляет самые выгодные предложения для потребителей, и при этом не заставляет приобретать ненужные и навязчивые услуги, которые отпугивают клиентов фирмы.

К данной таблице хочется дополнить следующее:

- Связной занимает лидирующие позиции на рынке сотовых телефонов в России. Магазином предлагается множество выгодных акций и предложений для покупки телефона с более низкой ценой чем у конкурентов, так же имеется ассортимент всех необходимых аксессуаров на продаваемые модели телефонов. Так же при покупке в интернет-магазине Связной предлагает выгодную скидку 5%. И для участников Связной-клуб имеются свои бонусные привилегии.

- Евросеть в последние годы не выдерживает конкуренцию и имеет довольно малое количество предлагаемых телефонов. Маркетинговая деятельность Евросети страдает нехваткой популярности среди покупателей. Компания старается найти что-то новое в своей деятельности и страдает нестабильностью.

- М.видео продолжает предоставлять возможность приобрести одни из самых популярных телефонов на рынке, но предложить низкие цены они не могут. В компании действует бонусная программа и делается акцент на скидки к аксессуарам при покупке телефонов.

- МТС и Мегафон сделали успешный бизнес на предоставлении сотовых услуг в России. Теперь продажа телефонов для компаний является возможностью навязать пользователям свои услуги связи при покупке нового телефона. Часто при покупке нового телефона вы получаете бонусные рубли для своего мобильного счёта. Успешная маркетинговая деятельность даёт свои плоды и поэтому их количество отгружаемых товаров с каждым годом будет увеличиваться.

Таким образом, прослеживается новая тенденция на продажу сотовых телефонов в интернет-магазинах. Интернет-пространство становится единым и поэтому, потребитель с лёгкостью может купить один и тот же телефон по одной цене, что в Калининграде, что в Нижневартовске.

## Литература

1. Большой Энциклопедический словарь Академик. URL: [http://dic.academic.ru/dic.nsf/dic\\_fwords](http://dic.academic.ru/dic.nsf/dic_fwords)
2. Официальный сайт интернет-магазина Евросеть. URL: <http://euroset.ru/nizhnevartovsk/catalog/phones>
3. Официальный сайт интернет-магазина М.Видео. URL: <http://www.mvideo.ru/smartfony-i-svyaz-10>
4. Официальный сайт интернет-магазина Мегафон. URL: <http://xmao.shop.megafon.ru/mobile.html>
5. Официальный сайт интернет-магазина МТС. URL: <http://yugra.shop.mts.ru/mobilnyye-telefony>
6. Официальный сайт интернет-магазина Связной. URL: <http://www.svyaznoy.ru/catalog/phone/224>
7. Петрова В.С. Проблемы устойчивого регионального развития // Культура, наука, образование: проблемы и перспективы: Материалы V Международной научно-практической конференции / отв. ред. А.В. Коричко. 2016. С. 321–324.
8. Сайт аналитической компании CCS Insight. URL: <http://www.ccsinsight.com/our-services/mobile-phones/1695-quarterly-market-analysis-mobile-phones>
9. Сайт исследовательской компании J'son & Partners Consulting. URL: [http://web.json.ru/markets\\_research/new\\_research](http://web.json.ru/markets_research/new_research)
10. Тагирова А.В. Инновационное предпринимательство в России: малый формат // Экономика и социум. 2014. № 4 (13). С. 1193–1197.

## СТАНОВЛЕНИЕ ЗНАНИЯ КАК ФАКТОРА ПРОИЗВОДСТВА

*«Все экономические системы зиждутся на основе знаний, все коммерческие предприятия зависят от этого производственного ресурса. При анализе хозяйственных факторов экономисты и менеджеры обычно делают упор на капитал, рабочую силу и землю, игнорируя знания, хотя этот ресурс, частично оплаченный, а частично используемый бесплатно, является в настоящее время важнейшим из всех»*

*Э. Тоффлер, американский философ, социолог и футуролог,  
один из авторов концепции постиндустриального общества*

Современный этап развития экономики, сформировавшийся под влиянием научно-технической революции и получивший название «экономика знаний», характеризуется становлением такой формы технологического производства, в качестве движущей силы развития которого выступают информация и знания.

Любой материальный или нематериальный результат производства является природным ресурсом, преобразованным физическим трудом человека под руководством его интеллекта с использованием необходимого для этого знания. Следовательно, классические факторы, такие как капитал, земля и труд, не могут быть задействованы в процесс производства без использования определенных специальных знаний. Таким образом, традиционные факторы производства приобретают второстепенный характер, поскольку их наличие при отсутствии знания, не способно приносить доход; а их отсутствие становится лишь временной преградой для производства, т.к. при наличии и эффективном использовании необходимых знаний, эти ресурсы всегда можно изыскать. Осознание этого и привело к возрастанию роли знаний в постиндустриальном обществе, что одновременно послужило толчком к попыткам современных экономистов расширить список факторов производства посредством выделения знаний в качестве самостоятельного фактора.

Некоторые экономисты выделяют в качестве нового фактора производства информацию. Следует отметить, что категории «информация» и «знания» не являются тождественными. Их отличие заключается, прежде всего, в том, что информация – это объективный набор фактов, а знания неотделимы от сознания человека и, соответственно, носят субъективный характер. Знания – это результат обработки и усвоения информации, который затем применяется в процессе производства. Причем роль фактора производства осуществляют именно знания, а не информация. Например, тексты лекций, зачитываемых на курсах повышения квалификации – это набор информации; усвоение этих лекций есть знание; использование полученных знаний работником в процессе выполнения своих обязанностей свидетельствует о знании как о факторе производства [3, с. 12].

С экономической точки зрения, знания следует рассматривать как продукт или результат деятельности высокоорганизованной мыслящей материи – мозга человека – использованной им в процессе трудовой деятельности для создания материального или нематериального объекта [4, с. 43].

Знания обладают широким спектром свойств и качеств, необходимых для выполнения ими своей экономической функции – быть использованными при создании любого рукотворного объекта. К данным свойствам относятся:

- знания в полной мере отвечают свойствам и признакам капитала как экономической категории;
- они представляют собой ограниченный ресурс, используемый на практике наравне с материальными ресурсами;
- объективированные знания обладают определенной ликвидностью, способностью превращаться в денежную форму;
- знание как фактор производства всегда направлено на решение тех или иных научных, технических или социальных задач;
- знание всегда первично, оно предшествует действию, является основой навыков, умений, компетенций работника;
- знание не может быть заменено другими факторами производства, тогда как расходование материально-технических, энергетических и финансовых ресурсов может быть сокращено в результате использования нового знания;



– знания не иссякают и не изнашиваются, однако они морально стареют без их развития и совершенствования, становятся бесполезными и даже вредными, тормозят развитие цивилизации либо переходят в разряд «вечных истин», не подлежащих сомнению;

– одно и то же знание может быть полезным или вредным в зависимости от целей и способов его использования;

– знания охраняются институтом интеллектуальной собственности [5, с. 48].

Отдача от использования знаний в качестве фактора производства может выражаться в следующих формах:

– увеличение доходов фирмы вследствие выпуска совершенно новых продуктов и услуг или создания принципиально новых физических и качественных характеристик уже существующей продукции;

– уменьшение затрат вследствие оптимизации или модернизации технологического производства;

– как повышение уровня доходов, так и снижение уровня затрат вследствие создания или оптимизации управленческих и маркетинговых технологий [2, с. 14].

Главным преимуществом использования знаний в качестве фактора производства является то, что они обладают стоимостью, способной создавать новую (добавочную) стоимость. В настоящее время во многих видах экономической деятельности большая часть стоимости создается на стадии разработки товара или услуги и на стадии их реализации, включая транспортировку и послепродажное обслуживание, а не в рамках непосредственного материального производства.

Источником добавленной стоимости становятся новые идеи и подходы, креативное внешнее оформление, исключительное качество, бренд, реклама и другие виды продвижения, а также послепродажное обслуживание. Применение специальных знаний, постоянное прохождение сотрудниками курсов повышения квалификации и сотрудничество с партнерами и контрагентами на сегодняшний день является источником большей части экономического эффекта, получаемого организациями. Архитектор инновационного развития Сингапура Ф. Йо, характеризуя проблемы и перспективы развития экономики государства, отмечает: «Допустим, у кого-то есть уникальная идея, на базе которой создается тот или иной продукт, например компьютер Apple. Для нас проблема состоит в том, что мы занимаемся производством, маркетингом и распространением продукта, а сама идея нам не принадлежит, она – актив компании Apple. В этом и заключается главное ограничение нашего роста: мы, как производители, получаем мало, а Apple, которая сама не производит, а только владеет идеей, получает основную прибыль... Основная прибыль обеспечивается идеями, поэтому нужно развивать собственные идеи, которые делают деньги» [1, с. 23].

Подтверждением участия фактора знаний в создании стоимости является появление так называемых «интеллектуальных компаний». «Интеллектуальная компания» – это компания, основные фонды которой не имеют материальной формы. Материальные активы вытесняются в таких компаниях интеллектуальными таким же образом, как текущие активы вытесняются информацией. Рыночная стоимость современных «интеллектуальных компаний» все меньше детерминирована их вещественным капиталом. Возрастает влияние, оказываемое интеллектуальной стоимостью, в частности, такими факторами, как величина нематериальных активов, размеры человеческого и клиентского капитала, на цену компаний в высокотехнологичных отраслях. Примером данного феномена является компания Microsoft, рыночная капитализация которой к 1996 г. составляла 85,5 млрд, в то время, когда она обладала материальными активами на сумму 930 млн долл., что почти в сто раз меньше. Не остаются в стороне от этой глобальной тенденции и промышленные предприятия, имеющие вполне традиционную структуру активов и занимающиеся производством. Так, «Coca-Cola» при балансовой стоимости активов около 20 млрд имеет рыночную капитализацию более 100 млрд долл., «Carbon» (европейский производитель угольных электродов, относящийся к металлургии, одной из наиболее традиционных отраслей в экономике) – 1,3 млрд и 2,8 млрд соответственно. Конечно, эта разница не такая впечатляющая, как у Microsoft, но она имеет место и постоянно растет.

Таким образом, учитывая широкий спектр свойств и качеств знаний, позволяющих им выполнять свои экономические функции как фактора производства, и получаемые от их использования выгоды, можно предположить, что роль знаний в современной производственной процессе с течением времени будет только возрастать.

#### Литература

1. Миндич Д., Никифорова А., Оганесян Т. Воровство – прекрасная стратегия // Эксперт. 2011. № 46 (779).
2. Данилина, Я.В. Информация и знания как факторы производства // Экономический анализ: теория и практика. 2013. № 2 (305). С. 15–21.

3. Михайлов А.М. Информация и знания в системе факторов постиндустриального производства // Экономические науки. 2010. № 7 (68). С. 49–54.
4. Тихомирова, Н.В., Мальченко С.Н., Якимахо А.П. Знание и интеллектуальный капитал в экономике информационного общества // Экономика, статистика и информатика. 2012. № 4. С. 78–82.
5. Тихомирова, Н.В. Знания как фактор производства // Статистика и экономика. 2015. № 1. С. 111–116.

УДК 338.1

**А.А. Арсланова, ученица**

*Научные руководители: М.С. Торопова, В.С. Войтенко, преподаватели  
г. Нижневартовск, МБОУ Гимназия № 2*

## **ИССЛЕДОВАНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ КРИПТОВАЛЮТЫ КАК ИНСТРУМЕНТА ИНВЕСТИЦИИ И СБЕРЕЖЕНИЯ ДЛЯ ЛЮДЕЙ, НЕ ОБЛАДАЮЩИХ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫМИ ЭКОНОМИЧЕСКИМИ ЗНАНИЯМИ**

Криптовалюта является актуальной, так как это наше будущее, ну или сама идея сервиса криптовалют, что предоставил миру биткойн уж точно. Ведь по сути криптовалютой сейчас уже является любая финансовая единица и здесь вопрос только в методах ее заработка, позиционировании на международном валютном рынке и умах жителей планеты. Криптовалюты меняют мировоззрение и отношение к деньгам любого вникнувшего в тему пользователя, даже жесткого скептика и критика. Благодаря сервисам криптовалют приходит совершенно другое представление денег, теперь деньги можно делать легко, приумножать их. Но, к сожалению не все люди достаточно информированы о таком способе размещения своих средств и их инвестировании [1, с. 12].

Проблема новых электронных денег в том, что население недостаточно информировано о возможностях криптовалют, как инструмента инвестиции и сбережения для людей, не обладающих профессиональными экономическими знаниями.

Гипотезой исследования является, возможность криптовалют выступать эффективным инструментом инвестиций и сбережения для людей, не обладающих профессиональными экономическими знаниями.

Объектом исследования, может выступать криптовалюта, как инструмент инвестиции и сбережения, а предметом эффективность использования криптовалют, как инструмента инвестиции и сбережения для людей, не обладающих профессиональными экономическими знаниями.

Целью нашего исследования является, изучение эффективности использования криптовалют, как инструмента инвестиции и сбережения для людей, не обладающих профессиональными экономическими знаниями.

Задачами нашего исследования является:

1. Изучить понятие «криптовалюта», ее виды.
2. Рассмотреть географию распространения «криптовалюты».
3. Сравнить преимущества и недостатки «криптовалюты».
4. Провести анкетирование «использование криптовалюты».
5. Оценить возможности криптовалют, как инструмента инвестиции и сбережения для людей, не обладающих профессиональными экономическими знаниями.

Исходя из поставленных задач, мы использовали следующие методы исследования: информационно-познавательный, исследовательский, анкетирование, обработка и анализ информации.

Научная новизна работы, прежде всего, заключалась в создании карты «Распространение криптовалюты по странам мира».

В рамках нашего исследования мы использовали следующие определения: криптовалюта, биткойн, майнинг, блокчейн, криптография, DNS-сервер, микротранзакции, транзакция, монетизация, волатильность.

Криптовалюта – это инновационная цифровая (виртуальная) валюта, единица которой – монета (англ. coin) [2, с. 54].

Заниматься ее добычей в сети (так называемым майнингом) может каждый желающий, обладающий компьютерным оборудованием необходимой мощности и специальным программным обеспечением. В процессе майнинга вычислительные мощности оборудования решают алгоритмы, слож-

ность которых постепенно растет и, решив, добывают монету – набор зашифрованной информации. Доказательством наличия монеты в сети служит блокчейн – своего рода учетная запись. Хранится данная валюта децентрализованно, распределенно по электронным крипто-кошелькам пользователей [3, с. 28].

Биткойн – это первая реализация концепции «криптовалюты», которую впервые описал в 1998 г. Вей Дай. В кибербанковской e-мэйл рассылке, он предложил идею новой формы денег, которая для контроля эмиссии и транзакций использует криптографию вместо центрального органа управления. Первая спецификация Биткойн и доказательство работы этого принципа было опубликовано Сатоши Накамото в 2009 в криптографической e-мэйл рассылке. Сатоши оставил проект в конце 2010 года, не раскрыв подробностей о своей личности. Сообщество с тех пор выросло экспоненциально, и теперь множество разработчиков работают над Биткойном. Монета защищена от подделки, так как представляет собой зашифрованную информацию, скопировать которую невозможно (пользование криптографии и определило приставку «крипто» в названии) цифровая валюта [4, с. 21].

Изучив литературу, мы вывели ряд самых известных видов криптовалют:

- BTC Bitcoin (1 тыс. долларов) – это новое поколение децентрализованной цифровой валюты, созданной и работающей только в сети интернет);

- LTC Litecoin (30 долларов) – это открытый исходный код, глобальная платежная сеть, которая полностью децентрализована и не имеет контроля со стороны любых центральных властей.)

- NMC Namecoin (7,7долларов) – это основанная на технологии Bitcoin система хранения произвольных комбинаций вида «имя-значение», наиболее известным применением которой является система альтернативных корневых DNS-серверов

- PPC PRCoin (6,1 долларов) – это одна из новых криптовалют, которая вышла в свет 19.08.2013. Ее основная цель создания – проверка в реальных условиях нового метода по генерации блоков Proof-of-Stake, как альтернатива существующему методу Proof-of-Work) [5, с. 46].

Проанализировав виды электронных валют, мы пришли к выводу, что криптовалюта – это цифровая валюта, использовать которую может каждый желающий, обладающий компьютерным оборудованием необходимой мощности и специальным программным обеспечением.

Все страны по-разному относятся к криптовалюте, большинство государств каким-либо образом пытаются урегулировать вопрос на счет инновационной валюты.

*Сингапур:* Bitcoin может быть средством платежа, взимается налог как на товары и услуги (GTS).

*США:* законодательное регулирование, продажа BTC с государственного аукциона, Bitcoin признан имуществом.

*Виргинские острова:* к операциям в Bitcoin применяются общие правила налогообложения.

*Гонконг:* Bitcoin признан «виртуальной ценностью», может выступать в качестве оплаты за товары и услуги.

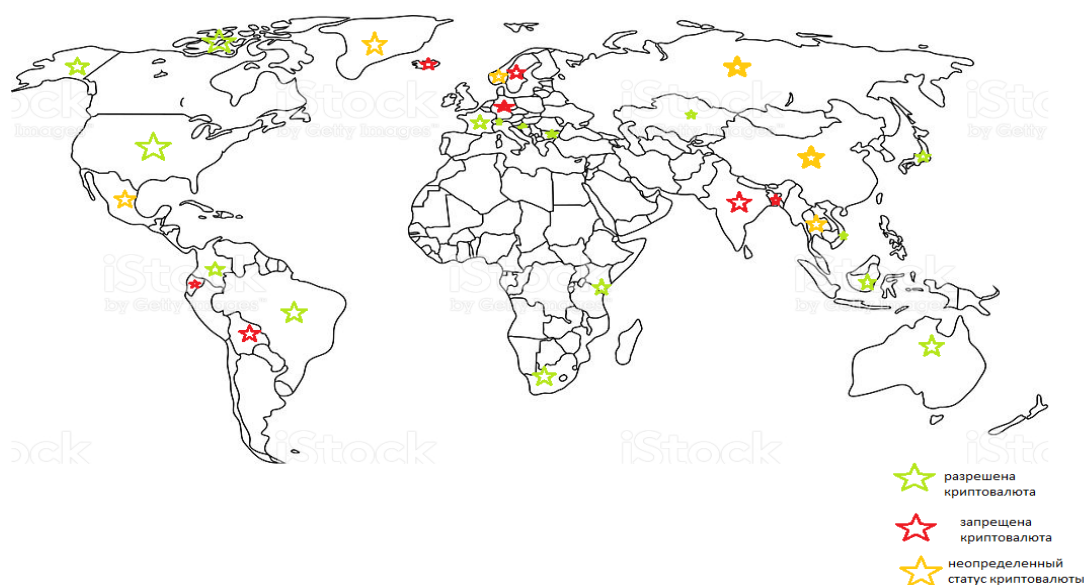
*Австралия:* Bitcoin считается имуществом, правительство опубликовало руководство «Bitcoin для предприятий».

*Таиланд:* сначала Bitcoin запретили, но через какое-то время разрешили работу с ним при соблюдении ряда условий.

*Китай:* регулятор разрешил гражданам пользоваться биткоинами на свой риск, но обязал банки отказаться от операций с электронными деньгами.

Также стоит отметить, что биткойн банкоматы уже установлены в Германии, Канаде, Швейцарии, Словакии, Чехии, Украине, Венгрии [6, с. 31].

В ходе исследования нами была составлена собственная карта распространения криптовалюты.



**Рис. 1. Карта распространения криптовалюты**

Разработав карту распространения криптовалюты, мы пришли к выводу, что большинство государств не запрещают использования новой валюты, но в тоже время не принимают официального решения.

В ходе анализа информации о криптовалюте нами были выделены ее преимущества и недостатки.

Таблица 1

**Анализ преимуществ и недостатков криптовалюты**

Преимущества	Недостатки
- Малые или отсутствующие комиссии за транзакции	- Новые возможности и инструменты для функционирования черных рынков
- Микроплатежи. Технически можно послать, к примеру, 0.0001 рубля, чего не позволяют никакие другие платежные системы, что открывает новые возможности во многих сферах, например, монетизации контента	- Потенциальная возможность совершать преступниками анонимные транзакции
- Очень легко организовывать благотворительные проекты, отправлять и собирать пожертвования	- Новые схемы отмывания денег
- Отсутствие санкций и регулирования со стороны третьих лиц, не участвующих в транзакциях	- Невозможность заморозки счетов
- Удобная замена анонимных наличных денег	- Невозможность остановки или отмены транзакций
- Прозрачность транзакций там, где это необходимо	- В связи с ограниченностью монет, все деньги через какое-то время станут «грязными»
- Смарт-контракты, гибкие условия и алгоритмические гарантии исполнения договоров	- Риски волатильности
- Приватность там, где это необходимо	- Трудозатраты на адаптацию

Из рассмотренных особенностей криптовалюты Bitcoin возможно выделить как достоинства, так и недостатки, но на наш взгляд главной причиной недостаточно высокой популярности данной валюты, является ее нестабильность.

Мы решили провести исследование и узнать все ли знают о возможности криптовалюты, как инструмента инвестиции и сбережения для людей, не обладающих профессиональными экономическими знаниями. Для этого мы создали анкету на сайте [my.surveio.com](http://my.surveio.com). Ответили на вопросы 68 респондентов, полученные результаты распределились следующим образом.

1) из числа опрошенных об электронных деньгах знают 45 человек, что составило 67,2% от числа опрошенных, не знают 8 человек – 11,9%, слышал (а), но не знаю – 13 человек;

2) Bitcoin (29,9%) по популярности проигрывает таким известным электронным кошелькам, как QIVI-кошелек (82,1%) и Яндекс-кошелек (70,1%);

3) большое количество людей вообще не используют электронные деньги (44 человека – 65,7%);

4) знакомы с понятием «Криптовалюта» – 27 человек – 40,3%, слышали, но не знают, что это такое 17 человек – 25,4%, и никогда не слышали об этом понятии 31 человека – 46,3%.

5) Среди всех криптовалют наиболее известный – это Bitcoin, так ответили 33 человек – 50%;

6) на вопрос «Пользуетесь ли Вы «криптовалютой» 31,3% опрошенных ответили, что «да», пользуюсь, и «нет», не использую, ответили – 71,6% опрошенных;

7) 46,3% опрошенных считают, что с помощью «криптовалюты» можно инвестировать и зарабатывать, 10,4% отрицают этот факт, и 43,3% затрудняются ответить на этот вопрос. 8) только 16,4% отказываются использовать «криптовалюту» в повседневной жизни, 53,7% опрошенных затрудняются ответить на этот вопрос, и 29,9% готовы пользоваться «криптовалютой».

Проанализировав данные анкетирования, мы можем сделать выводы о том, что люди знают о «криптовалюте», но не до конца информированы о возможностях ее использования, а также не уверены в надежности новой валюты.

Сейчас появилось большое количество способов инвестирования, что в положительную сторону влияет на инвестиционный климат в стране, а также увеличивает возможности заработка для обычного населения. Как раз, это может сделать «криптовалюта».

Несмотря на заявления правительства о возможном запрете биткойна. Он может легально выступать на правах иностранной валюты, т.е. выступать как способ накопления сбережения средств [2, с. 14].

Герман Греф, руководитель Сбербанка России, заявил, что: «Виртуальные валюты представляют собой очень интересный международный эксперимент, который ломает парадигму валютной эмиссии. Их определенно не нужно запрещать, их следует осознать, и может быть, правильно регулировать». «В мире эти технологии получают колоссальное развитие. У нас пока, не очень понятно из каких соображений, пытаются вообще фактически закрыть этот бизнес». «Для России – это будет колоссальный шаг назад, если это будет реализовано, но я очень надеюсь, что этого не допустят».

Премьер-министр РФ Дмитрий Медведев сообщил, что считает блокчейн уникальной технологией, которая способна в целом сделать жизнь лучше и безопаснее. Премьер назвал блокчейн «достаточно интересной историей» и «активно распространяющейся технологией, которая сможет самым решительным образом поменять нашу жизнь». «Несмотря на то, что практических результатов применения данной технологии мы пока не видим, многие бизнес-процессы и многие социальные среды могут быть организованы именно на её основе», – считает Медведев.

Несмотря на заявления правительства о возможном запрете биткойна, он может легально выступать на правах иностранной валюты, то есть выступать как способ накопления и сбережения средств.

Проведя данное исследование, мы можем сделать вывод, что криптовалютой может пользоваться каждый желающий, достаточно обладать компьютерным оборудованием и специальными программными обеспечениями. Составив карту распространения криптовалюты, мы наглядно отобразили на карте, какой статус имеет новая валюта для стран мира. Мы увидели, что большинство государств не запрещают использования новой валюты, но в тоже время не принимают официального решения о ее легализации. Из-за такого положения дел создаются большие сложности для развития криптовалют.

Из рассмотренных особенностей криптовалюты Bitcoin возможно выделить как достоинства, так и недостатки, но на наш взгляд главной причиной недостаточно высокой популярности данной валюты, является ее нестабильность. По данные анкетирования, мы можем сделать выводы о том, что люди знают о «криптовалюте», но не до конца информированы о возможностях ее использования, а также неуверенны в надежности новой валюты.

Несмотря на заявления правительства о возможном запрете биткойна, он может легально выступать на правах иностранной валюты, то есть выступать как способ накопления и сбережения средств.

Обобщая изученный материал и результаты проведенного исследования, гипотеза нашла свое подтверждение.

#### Литература

1. Бангладеш будут сажать за bitcoin на 12 лет // MoneyNews, 29.09.2014 г. Режим доступа: <http://moneynews.ru/news/19004/> (дата обращения: 02.03.2017).
2. Галимова Г.А., Абдеева З.Р. Электронные деньги как основной инструмент функционирования информационного общества // Известия Уральского государственного экономического университета. 2013. № 2 (46). С. 16-24.
3. Дергачева А., Барышникова Д., Кудряшов С., Городной И. Что такое биткойн и от чего зависит его стоимость // РБК, 14.03.2017 г. Режим доступа: <http://www.rbc.ru/finances/14/03/2017/58c7d6a99a794710bc037d5f> (дата обращения: 12.03.2017).
4. История биткойна // Bits Media. Режим доступа: <https://bitcoin.org/ru/faq> (дата обращения: 03.03.2017).

5. Перспективы и возможности криптовалют в мире // Invest Rating, 05.01.2016 г. Режим доступа: <http://www.invest-rating.ru/financial-encyclopedia/?id=4699> (дата обращения: 05.03.2017).

6. Тихонов И. Будущее криптовалюты в России // Bits Media, 08.10.14 г. Режим доступа: <https://bits.media/budushchee-kriptovalyuty-v-rossii/> (дата обращения: 02.03.2017).

УДК 352/354-1

**О.А. Асеева, студентка**

*Научный руководитель: С.Ю. Гасникова, канд. культурологии, доцент  
г. Нижневартовск, Нижневартовский государственный университет*

## **РЕАЛИЗАЦИЯ ГОСУДАРСТВЕННЫХ СОЦИАЛЬНЫХ ПРОГРАММ В ХАНТЫ-МАНСКИЙСКОМ АВТОНОМНОМ ОКРУГЕ – ЮГРЕ**

В настоящее время экономика России претерпевает не самые лучшие времена: огромное количество населения находится за чертой бедности, ресурсы страны почти истощены, наблюдается демографический спад и преобладание «старого» поколения, и не менее важной проблемой является «плохая» экологическая обстановка на территории РФ, но это далеко не все проблемы. Для урегулирования более эффективного и быстрого развития социально-политической экономики страны, путём исследований многих экономических теорий, выявлено, что самым действенным способом является разработка, внедрение и применение целевых государственных программ.

В литературе государственным программам посвящено немало работ, авторы которых описывают процессы разработки и реализации, необходимости и эффективности госпрограмм. Необходимо отметить работы таких авторов как А.Б. Воякина, И.Ф. Зайцев, В.Я. Любовный [5]. Отдельным аспектам развития социальной политики на региональном уровне посвящена работа таких авторов как И.А. Волковой, Н.В. Захаровой, О.А. Козловой [3], В.С. Петровой и др. [2].

Государственная программа – «система мероприятий (взаимоувязанных по задачам, срокам осуществления и ресурсам) и инструментов государственной политики, обеспечивающих в рамках реализации ключевых государственных функций достижение приоритетов и целей государственной политики в сфере социально-экономического развития и безопасности» [7].

На данный момент на территории РФ действуют пять направлений целевых государственных социальных программ: «Инновационное развитие и модернизация экономики», «Новое качество жизни», «Обеспечение национальной безопасности», «Сбалансированное развитие регионов» «Эффективное государство» [6]. В рамках каждого направления работают разнообразные подпрограммы, которые способствуют более узкой и детальной реализации вышеупомянутых направлений.

Направление «Новое качество жизни» направлено на обеспечение качества жизни и доступности услуг здравоохранения, развитие образования, охрану окружающей среды, достижение нужного уровня жилищной обеспеченности, легкий доступ к культурным ценностям и благам, достижение условий, позволяющих гражданам систематически заниматься спортом и физической культурой. Также будет осуществлена социальная политика по поддержке уязвимых слоев населения и проведения политика, направленная на интеграцию мигрантов.

В рамках направления «Инновационное развитие и модернизация экономики» запланировано реализовать мероприятия, которые не только создадут конкурентоспособную экономику знаний и высоких технологий, но и позволят российской экономике оставаться мировым лидером в секторе энергетики, добыче и переработке сырья, будут способствовать развитию науки, оборонно-промышленного и атомно-энергетического комплекса. Помимо вышеперечисленного, будут сформированы условия для массового появления новейших инновационных компаний во всех секторах экономики. Также будет создана разветвленная транспортная сеть, которая в полной мере обеспечит высокий уровень межрегиональной интеграции и территориальной мобильности населения.

В рамках осуществления направления «Эффективное государство» осуществляется повышение эффективности управления государственными финансами и государственным имуществом, развитие внешнеполитической деятельности и юстиции. Фундаментальной и наиболее важной задачей будет являться развитие и повышение устойчивости функционирования рынков финансирования и страхования. Предметом специального внимания будет образование условий для формирования на территории Российской Федерации международного финансового центра.

В рамках направления «Обеспечение национальной безопасности» выполняется поддержание наивысшего уровня обороноспособности и государственной безопасности всей территории Российской Федерации.

В пределах реализации направления «Сбалансированное региональное развитие» обеспечивается сбалансированное территориальное развитие Российской Федерации, ориентированное на обеспечение тех условий, которые позволят каждому региону в наибольшей мере иметь достаточные и необходимые ресурсы для полноценного обеспечения заслуженных условий жизни граждан. Также выполняется комплексное развитие и повышение конкурентоспособности экономики регионов, создание условий для эффективного управления региональным и муниципальным бюджетом, и развитие геополитически приоритетных территорий.

Для того что бы экономическая политика страны развивалась без изъёмов и равномерно, Правительство РФ уделяет особое внимание развитию отдельных регионов путём разработки государственных программ. Урегулирование регионального развития страны считается одной из фундаментальных функций современного государства. Посредством реализации целенаправленной и последовательной региональной политики страна стремится увеличить уровень социально-экономического развития территории, уравнивать дифференциацию регионов по главным социально-экономическим показателям, а также гарантировать хороший инвестиционный климат в регионе.

Не только на государственном уровне, но и на региональном, на первый план выходят вопросы социальной политики, в том числе и в ХМАО-Югре. Ведь от того, как живет и развивается общество, зависит успех данного государства на международном уровне.

В настоящее время в Ханты-Мансийском автономном округе – Югре существует немало острых проблем, касающихся социальной политики, среди которых наиболее значимыми являются: низкий уровень пенсионных выплат и реальных доходов населения, наличие слабо защищенных слоев населения, включая бюджетную сферу, острый дефицит квалифицированных социальных кадров, а также яркая асимметрия в сфере ведения государственной политики. Для решения вышеперечисленных проблем Правительство ХМАО-Югры использует государственные программы, нацеленные в основном как на развитие экономики региона в целом, так и на улучшение качества жизни населения. На данный момент в Ханты-Мансийском автономном округе – Югре таких программ разработано и действует 25, при чём некоторые из них реализует Ханты-Мансийск, а остальные, непосредственно, правительство Югры. 26 июня 2016 г. Правительством ХМАО-Югры было принято распоряжение «Об основных показателях прогноза социально-экономического развития Ханты-Мансийского автономного округа – Югры на 2017 и на плановый период 2018 и 2019 годов» на основании, которого Югра в ближайшие 3 года будет развиваться по сценарию относительно устойчивого развития [1, с. 69].

Помимо программ, которые направлены на социально-экономическое развитие, в округе большое внимание уделяется государственным программам, направленным на формирование социальной политики. Так в ХМАО-Югре работает программа «Социальная поддержка жителей Ханты-Мансийского автономного округа – Югры на 2016–2020 годы», которая имеет ряд следующих подпрограмм: «Дети Югры»; «Старшее поколение»; «Социальная поддержка отдельных категорий граждан»; «Преодоление социальной исключенности»; «Развитие социальной службы Югры»; «Повышение эффективности отрасли». Все перечисленные подпрограммы направлены на повышение качества жизни в округе. Для повышения уровня доступности приоритетных объектов и услуг в преимущественных сферах жизнедеятельности инвалидов и других маломобильных групп населения в округе была принята государственная программа «Доступная среда в Ханты-Мансийском автономном округе – Югре на 2016–2020 годы» [4].

В рамках вышеперечисленных программ можно выделить ряд государственных программ, которые являются уникальными за счет того, что нацелены на поддержку малочисленных коренных народов Севера, которые проживают только на территории региона, то есть данная программа действует только в ХМАО. Это такие программы как «Социально-экономическое развитие коренных малочисленных народов Севера Ханты-Мансийского автономного округа – Югры на 2016–2020 годы», «Обеспечение экологической безопасности Ханты-Мансийского автономного округа – Югры на 2016–2020 годы», «Информационное общество Ханты-Мансийского автономного округа – Югры на 2016–2020 годы», «Развитие государственной гражданской службы, муниципальной службы и резерва управленческих кадров в Ханты-Мансийском автономном округе – Югре в 2016–2020 годах» [4].

Проанализировав работу отдельных государственных программ, действующих на территории Ханты-Мансийского автономного округа – Югры за период 2016 года, можно сделать следующие выводы.

По программе «Социально-экономическое развитие коренных малочисленных народов Севера Ханты-Мансийского автономного округа – Югры на 2016–2020 годы» за период 2016 года достигнуты следующие целевые показатели: получена господдержка в сфере образования. Оказана помощь малообеспеченным семьям, осуществлено чествование трудовых династий, старейшин и юбиляров из числа коренных малочисленных народов, компенсирована стоимость приобретенных материально-технических средств физическим лицам из числа КМНС, стоимости оленей, обустройства территорий традиционного природопользования, компенсирована стоимость обучения правилам обращения с оружием. Выплачена единовременная помощь молодым специалистам, субсидии за заготовленную продукцию охотпромысла получили несколько организаций. Выданы гранты в форме субсидий для реализации проектов, способствующих сохранению, развитию, популяризации фольклора, традиций, языка, народных КМНС. Организованы и проведены: Международные соревнования на Кубок Губернатора Югры по гребле на обласах; Открытый Региональный Фестиваль по традиционным играм финно-угорских народов; традиционная борьба; перетягивание палки; Охотничий биатлон; Бег на традиционных охотничьих лыжах; смешанная эстафета. Между Федеральным агентством по делам национальностей и Правительством Югры заключено соглашение от 8 июня 2016 № К-134-16 о предоставлении межбюджетного трансферта из федерального бюджета бюджету автономного округа на софинансирование расходных обязательств по поддержке экономического и социального развития КМНС. Исполнение средств федерального бюджета составило 100% [4].

По программе «О государственной политике в сфере обеспечения межнационального согласия, гражданского единства, отдельных прав и законных интересов граждан, а также в вопросах обеспечения общественного порядка и профилактики экстремизма, незаконного оборота и потребления наркотических средств и психотропных веществ в Ханты-Мансийском автономном округе – Югре в 2016–2020 годах» за период 2016 года достигнуты следующие результаты: осуществлена выплата по отчетам адвокатам Югры за оказание бесплатной юридической помощи населению. Осуществлено перечисление денежного вознаграждения в связи с добровольной сдачей незаконно хранящихся оружия, боеприпасов, взрывчатых веществ. Проведены различные спортивные мероприятия, среди них – «Спорт против наркотиков. Выплачены гранты по итогам конкурса проектов, направленных на развитие межнациональных и межэтнических отношений. Проведены; региональный конкурс «Лучший казачий кадетский класс Уральского федерального округа»; региональный этап всероссийской военно-спортивной игры «Казачий сполох». Осуществлена печать журнала «Кадеты Югры» и буклета об истории и традициях казачества. Приобретены системы для раннего выявления наркотических и психотропных веществ, в т. ч. реагенты для диагностирования синтетических канабиоидов (спайс). Разработаны и изготовлены методические рекомендации для антинаркотических комиссий Югры. Казачьими обществами осуществлены патрулирования. Завершено внедрение и настройка Системы мониторинга состояния межнациональных и межконфессиональных отношений и раннего предупреждения конфликтных ситуаций в сфере национальной политики [4].

По программе «Обеспечение экологической безопасности Ханты-Мансийского автономного округа – Югры на 2016–2020 годы» осуществлены расходы по обеспечению текущей деятельности Природнадзора Югры, обеспечению выполнения государственных работ бюджетными учреждениями. Выполнены кадастровые работы по формированию границ земельного участка по объекту «Комплексный межмуниципальный полигон твердых бытовых отходов для города Ханты-Мансийск, поселений Ханты-Мансийского района». Ханты-Мансийским ЦГМС – филиалом ФГБУ «Обь-Иртышское УГМС» осуществлен ежемесячный отбор и анализ определений качества атмосферного воздуха на 7 постах территориальной сети наблюдения в 6 населенных пунктах: Белоярский, Березово, Нефтеюганск, Нижневартовск, Радужный, Сургут (2 поста). Выполнения ГК на оказание услуг по ведению экологического мониторинга в границах лицензионных участков недр на территории автономного округа оказаны услуги по сбору, проверке, согласованию первичной информации, составлена аналитическая записка [4].

По программе «Развитие государственной гражданской службы, муниципальной службы и резерва управленческих кадров в Ханты-Мансийском автономном округе – Югре в 2016–2020 годах» за период 2016 года проведено: повышение квалификации мунслужащих, госгражданских служащих и лиц, включенных в резерв управленческих кадров. Семинары-совещания для лиц, включенных в резерв управленческих кадров на руководящие должности в органы госвласти автономного округа, семинары с руководителями кадровых служб органов местного самоуправления муниципальных образований Югры по теме «Порядок применения профстандартов»; проверки по вопросам соблюдения законодательства о государственной гражданской службе. Осуществлены: мониторинг законодательства в сфере государственной гражданской и муниципальной службы, противодействия коррупции,



выработаны предложения по внесению изменений в действующие нормативные правовые акты; оказание методической и практической помощи 6 органам местного самоуправления в реализации законодательства о муниципальной службе и противодействии коррупции на муниципальной службе. Подготовлены планы: совместных мероприятий с Департаментом кадровой политики Губернатора Свердловской области по сотрудничеству в торгово-экономической, научно-технической, социальной, культурной и иных сферах; по реализации Соглашения о сотрудничестве с Уральским институтом управления – филиалом РАНХиГС при Президенте РФ на 2016–2018 годы [4].

Таким образом, государственные программы оказывают положительное влияние на социально-экономическое развитие страны. Они разрабатываются и реализуются для повышения качества жизни граждан РФ, стабильного и сбалансированного развития экономики страны.

#### Литература

1. Гасникова С.Ю. Реализация социальной политики в ХМАО-Югре / С.Ю. Гасникова // Государственное и муниципальное управление в XXI веке: теория, методология, практика. 2017. № 27. С. 63–69.
2. Петрова В.С. Проблемы социально-экономического развития Ханты-Мансийского автономного округа – Югры / В.С. Петрова // Научно-методический электронный журнал Концепт. 2017. № S1. С. 36–41.
3. Современный потенциал социального и экономического развития регионов: Монография / И.А. Волкова, Н.В. Захарова, О.А. Козлова и др.; под общ. ред. д-ра экон. наук, профессора О.А. Козловой. Нижневартовск: Изд-во Нижневарт. ун-та, 2016. 194 с.
4. Департамент экономического развития Ханты-Мансийского автономного округа – Югры. URL: <http://dereconom.admhmao.ru/> (дата обращения: 27.03.2016).
5. Любовный В.Я. Целевые программы развития регионов: рекомендации по совершенствованию разработки, финансирования и реализации / В.Я. Любовный, И.Ф. Зайцев, А.Б. Воякина. – М.: Московский общественный научный фонд, 2002. 91 с.
6. Портал госпрограмм. URL: <http://programs.gov.ru/portal/> (дата обращения: 27.03.2016).
7. Постановление Правительства РФ от 2 августа 2010 г. № 588 «Об утверждении Порядка разработки, реализации и оценки эффективности государственных программ Российской Федерации».

УДК 338.4

**С.В. Бекерова, В.Р. Ильясова, студенты**

*Научный руководитель: А.В. Тагирова, преподаватель  
г. Нижневартовск, Нижневартовский государственный университет*

## ПРОДОВОЛЬСТВЕННАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ: ПОНЯТИЕ, ПОДХОДЫ И НОРМАТИВНОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ

Проблема обеспечения продовольственной безопасности является очень актуальной. Российская экономика находится под воздействием современных глобальных тенденций, которые влияют на условия и факторы устойчивого экономического развития базовых отраслей экономики [3, с. 36]. Без рассмотрения данной проблемы трудно решить другие острые экономические и социальные проблемы, а также создать атмосферу стабильности в каждой стране. Продовольственная безопасность государства является одной из самых важных составляющих системы обеспечения общественной безопасности страны.

В соответствии с пунктом 2 Доктрины продовольственной безопасности Российской Федерации, утвержденной Указом Президента РФ от 30.01.2010 № 120 «Об утверждении Доктрины продовольственной безопасности Российской Федерации» (далее – Доктрина) продовольственная безопасность является одним из главных направлений обеспечения национальной безопасности страны в среднесрочной перспективе, фактором сохранения её государственности и суверенитета, важнейшей составляющей демографической политики, необходимым условием реализации стратегического национального приоритета – повышение качества жизни российских граждан путем гарантирования высоких стандартов жизнеобеспечения [8, с. 24]. Обеспечение продовольственной безопасности сопряжено с определенными рисками, которые способны существенно ослабить безопасность страны, – это макроэкономические, технологические, агроэкономические и внешнеэкономические риски.

По заключению экспертов по исследуемой проблеме приходим к выводу, что до настоящего времени в России так и не сложилось четкого научно обоснованного и нормативно закреплённого представления.

Для более доступного понимания данной темы, обратимся к терминологии. Продовольственная безопасность государства – это такое состояние экономики и агропромышленного комплекса страны, которое, при сохранении и улучшении среды обитания, независимо от внешних и внутренних условий, позволяет населению страны получать экологически чистые и полезные продукты питания по доступным ценам, в объемах не ниже научно обоснованных норм.

К определению категории «продовольственная безопасность» существуют различные подходы, ориентирующиеся либо на импорт продуктов питания, либо на самообеспечение ими, либо на сочетание импорта и собственного производства продовольствия. Согласно наиболее распространенному в мире определению, продовольственная безопасность достигается путем обеспечения физического и экономического доступа к безопасному и достаточному продовольствию [1, с. 56].

К пониманию продовольственной безопасности существуют два основных подхода. Первый подход, рассматривающий её как некую независимость от зарубежных поставщиков, которые «захватили» российский рынок продовольствия, а значит в данном случае рассматривается непосредственно проблема импортозамещения. С точки зрения данного подхода становится очевидной необходимость развития агропромышленного комплекса Российской Федерации (сельскохозяйственного производства). Второй подход напротив говорит о том, что для обеспечения безопасности продовольствие необходимо делать наиболее доступным путем снижения цен, однако, ранее ценовая доступность достигалась лишь за счёт увеличения импорта, хотя данная точка зрения является весьма спорной. Например, по мнению Председателя Комитета Государственной Думы по аграрным вопросам Николая Васильевича Панкова – «в нашей стране достаточно качественной, экологически чистой продукции и её должны продавать по разумным ценам» [9, с. 16]. Так или иначе, наиболее логичным видится определение продовольственной безопасности как объема производимого в стране продовольствия на основе отечественной ресурсной базы и с использованием имеющихся мощностей [6, с. 2].

Доктрина представляет собой совокупность официальных взглядов на цели, задачи и основные направления государственной экономической политики в области обеспечения продовольственной безопасности РФ. Она является основой для разработки нормативных правовых актов в сфере обеспечения продовольственной безопасности Российской Федерации, развития агропромышленного комплекса, но сама по себе не является нормативно-правовым актом.

Продовольственная безопасность соблюдение нижеперечисленных условий.

- Физическую доступность продовольствия. Продукты питания должны быть в наличии на территории страны в необходимом объеме и ассортименте (в соответствии с принятыми нормами потребления), их поступление должно быть бесперебойным. Достижение этого условия обеспечивается за счет государственного контроля за внешними и внутренними поставками, а также имеющимися запасами продуктов питания.

- Экономическую доступность продовольствия. Каждый гражданин страны независимо от возраста, имущественного и должностного положения должен иметь достаточный уровень доходов для приобретения минимального набора продуктов питания. Достижение этого условия обеспечивается как за счет поддержания достаточного уровня доходов населения, так и за счет контроля за уровнем цен на продукты питания.

- Безопасность питания. Качество сырья и продуктов питания должно соответствовать установленным требованиям и гарантировать безопасное потребление. Человек должен получать с пищей весь комплекс необходимых для нормального развития организма веществ и в то же время быть уверенным в ее безопасности, т.е. в отсутствии вредных для здоровья и окружающей среды веществ.

Повышение интереса к безопасности продуктов питания в мире объясняется ростом числа заболеваний, связанных с пищевыми отравлениями. К тому же болезни, вызванные некачественным продовольствием, способны оказать негативное воздействие на состояние внутренней и внешней торговли, а также на доходы и занятость отдельных категорий населения.

Федеральный закон «О продовольственной безопасности Российской Федерации» определяет основные направления государственной политики в области обеспечения продовольственной безопасности Российской Федерации. Продовольственная независимость Российской Федерации считается обеспеченной, если годовое производство жизненно важных продуктов питания в Российской Федерации составляет не менее 80 процентов годовой потребности населения в таких видах продуктов питания, соответствующих физиологическим нормам питания [4, с. 88].

Государственный контроль над обеспечением продовольственной безопасности осуществляют Правительство Российской Федерации, органы государственной власти субъектов Российской Федерации, а также государственные службы и инспекции в пределах своей компетенции. Иные федеральные органы исполнительной власти могут осуществлять функции государственного контроля за обеспечением продовольственной безопасности исключительно по поручению Правительства Российской Федерации. Государственный контроль за производством, хранением и реализацией продуктов питания осуществляется во всех организациях, независимо от организационно-правовых форм и форм собственности [5, с. 155].

Экспертами были обозначены две глобальные проблемы, угрожающие мировой продовольственной безопасности: отсутствие соответствующих доходов у потребителей и ухудшение воспроизводственных возможностей у производителей.

В России сохраняется высокая импортная зависимость страны по отдельным видам сельскохозяйственной, рыбной продукции и продовольствия. Оставляет желать лучшего и качество продукции, поскольку забраковывается от 10 до 50% животного масла, сыров, колбасных изделий и копченостей, рыбных и мясных консервов, муки, хлебобулочных и макаронных изделий. Это происходит в первую очередь из-за недобросовестного отношения как производителей, нарушающих технологию производства, так и продавцов, не соблюдающих параметры хранения и сроков годности продуктов. Но тем не менее меры государственной поддержки села включают не только мероприятия по обеспечению продовольственной безопасности, развитию животноводства, производства рыбной продукции, но и мероприятия, направленные на решение задач по повышению уровня социального обустройства и развитию инженерной инфраструктуры села, что должно поспособствовать расширению производства [2, с. 12].

Реализация социально-экономической политики в сфере обеспечения продовольственной безопасности позволит обеспечить продовольственную безопасность Российской Федерации. Процесс импортозамещения в России запущен. Проблемы, возникающие при реализации этой стратегии, связаны с необходимостью больших денежных вливаний и недостаточностью нормативно-правового регулирования [7, с. 123]. Большинство проблем в агропромышленном комплексе России можно решить путем придания нормативно-правового статуса Доктрине продовольственной безопасности РФ. Также заняться выработкой на её основе федеральных законов и законов субъектов, которые бы соответствовали задачам, указанным в положениях Доктрины.

#### Литература

1. Внешняя торговля РФ: Учеб. пособие / под ред. В.Н. Бурмистрова. – М.: ЮРИСТЪ, 2001. 384 с.
2. Вострякова Г.Р., Гаравская О.А., Тагирова А.В. Анализ рынка сельскохозяйственной продукции на территории ХМАО–Югры // Современная наука: проблемы и пути их решения: Сборник материалов Международной научно-практической конференции / Западно-Сибирский научный центр; Кузбасский государственный технический университет имени Т.Ф. Горбачева. 2015. С. 236–238.
3. Петрова В.С. Проблемы устойчивого регионального развития // Культура, наука, образование: проблемы и перспективы: Материалы V Международной научно-практической конференции / Отв. ред. А.В. Коричко. 2016. С. 321–324.
4. Погорлецкий А.И. Экономика зарубежных стран: Учебник / А.И. Погорлецкий. – СПб.: Изд-во Михайлова В.А., 2000. – 492 с.
5. Спиридонов И.А. Мировая экономика: учеб. пособие / И.А. Спиридонов. – М.: ИНФРА-М, 2001. – 256 с.
6. Сухарев О.С. Институциональные проблемы обеспечения продовольственной безопасности России // Национальные интересы: приоритеты и безопасность. – 2015. – № 6.
7. Тагирова А.В. Основные направления государственного регулирования импортозамещения в России // Дискуссия. 2016. № 4 (67). С. 71–75.
8. Указ Президента РФ от 30.01.2010 № 120 «Об утверждении Доктрины продовольственной безопасности Российской Федерации» [Электронный ресурс] // Официальный сайт Президента России. – Режим доступа: <http://kremlin.ru>
9. Цены на продукты должны быть разумными [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.komitet2-20.km.duma.gov.ru/site.xp/052057124049052048053.html>

## **ОСНОВЫ ИПОТЕЧНОГО КРЕДИТОВАНИЯ НА ПРИМЕРЕ СБЕРБАНКА И ВТБ 24**

Ипотека является наиболее распространенным видом финансовых операций в развитых странах. Ипотечный кредит или ипотека – это долгосрочная денежная ссуда, выдаваемая для покупки недвижимости, под залог этой недвижимости. На сегодняшний день ипотечный кредит – наиболее востребованная финансовая услуга как за рубежом, так и в России [5, с. 15].

Субъектами в ипотечном кредитовании выступает залогодержатель, являющийся кредитором по обязательству, обеспеченному ипотекой, вправе получить удовлетворение своих денежных требований к должнику по этому обязательству из стоимости заложенного недвижимого имущества другой стороны – залогодателя преимущественно перед другими кредиторами залогодателя.

Во всем мире ипотечное кредитование развивается и функционирует как форма долгосрочного финансирования жилищных программ. Ипотечное кредитование, с одной стороны, способствует решению ряда социальных и экономических проблем страны, и, прежде всего, проблемы обеспечения жильем, с другой – снижению инфляции, оттягивая на себя временно свободные денежные средства граждан и предприятий [2, с. 34].

Предметом ипотеки может быть следующее имущество:

- земельные участки, находящиеся в частной собственности;
- предприятия, а также здания, сооружения и иное недвижимое имущество;
- жилые дома, квартиры и части жилых домов и квартир, состоящие из одной или нескольких изолированных комнат;
- дачи, садовые дома, гаражи и т.д.;
- воздушные и морские суда, суда внутреннего плавания [1, с. 23].

В настоящее время в мировой практике сложились два классических способа ипотечного кредитования:

1. Одноуровневая модель ипотечного кредитования (немецкая модель);
2. Двухуровневая модель ипотечного кредитования (американская модель).

В одноуровневой модели ипотечного кредитования кредитом связаны заемщик и кредитор. Данная модель строится на цикличности обращения денежных средств: средства, предоставляемые заемщиком, используются для выдачи кредитов его предшественникам, уже закончившим период накопления. При реализации данной модели предусмотрено заключение следующих основных видов договоров:

- между заемщиком и кредитором – договор о накопительном жилищном вкладе и, затем, кредитный договор и договор об ипотеке;
- между заемщиком страховой организацией – договор страхования заложенного жилья;
- между заемщиком и продавцом (строителем) жилья – договор купли-продажи жилья.

В качестве кредитора может выступать ипотечный банк или ссудно-сберегательное учреждение. Для кредитора возможно рефинансирование ипотечных кредитов за счет выпуска ценных бумаг – закладных листов и, тем самым, – минимизирование возможных рисков. При нехватке средств для выдачи ипотечных кредитов кредитор (ссудно-сберегательное учреждение) использует внутренние системы накопления части капитала самим заемщиком. При взаимодействии с ссудно-сберегательным учреждением заемщиком накапливается первичный (собственный) капитал, который является обязательным условием для выдачи ипотечного кредита (заемного капитала). Количество обслуживающих организаций – минимально (как правило, это только страховая организация).

В двухуровневой модели ипотечного кредитования кроме заемщика и кредитора участвуют посредник (ипотечное агентство) и/или участник финансового рынка (ипотечная финансово-инвестиционная компания) [3, с. 35]. На первом этапе реализации договорных отношений между участниками двухуровневой модели ипотечного кредитования заключаются кредитный договор и договор об ипотеке основных участников – заемщика и кредитора. После получения кредита заемщик заключает договор купли-продажи жилья с продавцом или его строителем, после чего число участников данной

модели увеличивается с целью сведения риска основных участников к минимуму. Со страховой организацией заключаются договора страхования предпринимательского риска и заложенного жилья.

На вторичном ипотечном рынке между кредитором и ипотечным агентством заключается соответствующее соглашение об уступке прав требования по ипотечным кредитам, а также договор доверительного управления приобретенными правами требования. Это позволяет кредитору продолжать четко контролировать заемщика, получать комиссионные за обслуживание кредита, а на средства, полученные от агентства, расширять кредитные операции. Основное отличие ипотечного кредита от других кредитов – наличие недвижимости, находящейся в залоге у банка для обеспечения кредита.

Условия предоставления ипотечного кредита физическим и юридическим лицам различными банками России, в основном, очень схожи. В разных банках, в незначительной степени, отличаются сроки предоставления кредита, кредитная процентная ставка, минимальная и максимальная суммы кредита, срок оформления и т.д.

На сегодняшний день, говоря о кредитах, приходится иметь в виду только рублевые, поскольку россияне боятся колебаний курсов валют и дополнительных убытков при немалых процентах. В Госдуме РФ с января рассматривается ряд законопроектов, касающихся валютного кредитования. В числе прочего, есть вариант запрета выдачи кредитов в валюте физическим лицам.

Выбирая наиболее выгодные условия ипотечного кредитования, стоит учесть несколько моментов:

1. Рассматривать кредитные программы крупных банков с многолетней историей, незапятнанной репутацией.
2. Большой риск покупки новостройки на этапе котлована, необходимо обратить внимание на предложения более высокой степени готовности, однако их стоимость будет выше.
3. Оценка деятельности застройщика: давно ли он на рынке, надежна ли его работа, соответствуют ли сроки сдачи объекта со сроками, упомянутыми в договоре.
4. Важно, чтобы договор долевого участия заключался в соответствии с Федеральным законом № 214-ФЗ, что исключит возможность мошенничества со стороны застройщика и обезопасит вложения в недвижимость в случае его банкротства.
5. Программы кредитования банка предлагают условия, по которым заключается «зарплатный договор» с компанией-работодателем.
6. Клиентам «зарплатных проектов» могут быть предложены более выгодные процентные ставки.
7. Оценка своих возможностей: возможно ли претендовать на участие в госпрограмме или социальной ипотеке [4, с. 48].

Необходимо провести оценку изменения процентных ставок по ипотеке в различных банках, на примере Сбербанка и ВТБ 24.

Сбербанк предлагает целый ряд базовых и специальных программ, которые позволят осуществить покупку вторичного или первичного жилья, недвижимость и прочее. Также остались специальные условия для молодых семей, военных, кто получает заработную плату на карту Сбербанка. Сбербанк является ярким представителем выгодных предложений процентных ставок по ипотечному кредиту- 10,5%, который можно получить при выполнении некоторых требований [6, с. 46].

Необходимо провести оценку изменения процентных ставок ипотечного кредитования на примере Сбербанка.

Таблица 1

**Программы по ипотечному кредитованию в Сбербанке 2015 г.**

Признак	Приобретение готового жилья	Приобретение строящегося жилья	Ипотека плюс материнский капитал	Военная ипотека
Процентная ставка	От 13%	От 13%	14-15%	12,5%
Первоначальный взнос	От 15%	От 15%	От 20%	От 15%
Минимальная сумма	300 тыс. руб.	300 тыс. руб.	300 тыс. руб.	300 тыс. руб.
Максимальная сумма	Не более 80% от оценочной или договорной стоимости жилья	Не более 80% от оценочной или договорной стоимости жилья		1 млн 900 тыс.руб.
Срок кредита	До 30 лет	До 30 лет	От 5 до 30 лет	До 15 лет
Страхование жилья	Обязательно на весь срок кредитования	Обязательно на весь срок кредитования	Обязательно на весь срок кредитования	Обязательно на весь срок кредитования

Залог	Жилье приобретаемое	Жилье приобретаемое	Жилье приобретаемое	Жилье приобретаемое
Возраст заемщика	От 21 до 75 лет	От 21 до 75 лет	От 21 до 75 лет	От 21 до 45 лет
Созаемщики	Жена/муж, не более 3 лиц	Жена/муж, не более 3 лиц	Жена/муж, не более 3 лиц	Жена/муж, не более 3 лиц

Исходя из таблицы 1, можно сделать вывод, что условия, необходимые для получения ипотеки по программе приобретения готового и строящегося жилья совпадают. Ипотека плюс материнский капитал имеет характерную особенность такую, как средства материнского капитала использовать в качестве первоначального взноса по кредиту, которая составит 20% и более, процентная ставка выше на 1-2% процентной ставки по программе приобретения готового и строящегося жилья. Программа военной ипотеки имеет существенное отличие от остальных программ, что срок кредита меньше на 15 лет, что связано с процентной ставкой по ипотечному кредиту -12,5%, которая является наименьшей по сравнению с другими программами.

Ипотека на первичном рынке в 2016 году

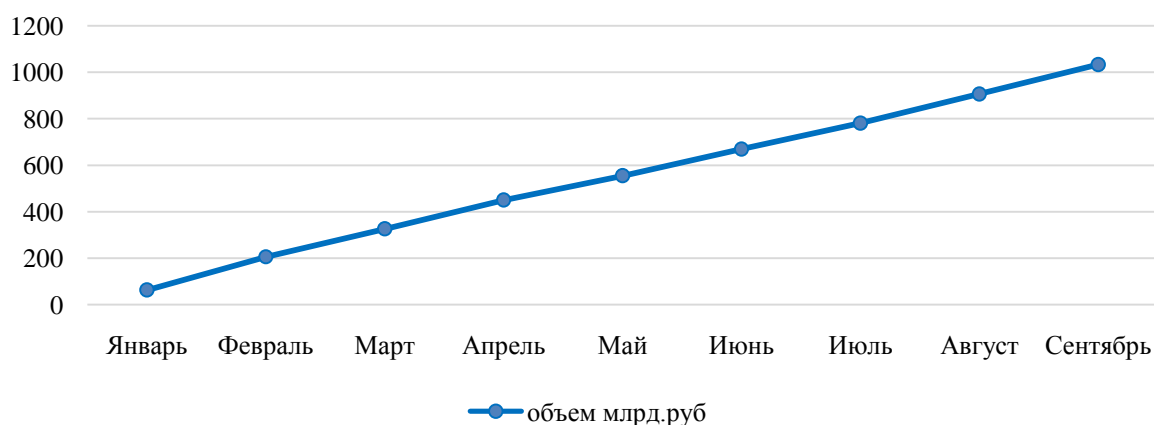


Рис. 1. Ипотека на первичном рынке в 2016

На рисунке 1 видно, что количество выданных ипотечных кредитов растет, начиная с января 2016 года, что существенно влияет на успех деятельности банков, которые зависят от ключевой ставки рефинансирования ЦБ РФ. Наблюдается прямая зависимость процентных ставок по ипотечным кредитам от ставки рефинансирования ЦБ РФ.

В таблице 2 приведен перечень условий с учетом изменений в 2016–2017 гг., необходимых для получения ипотеки по программам.

Таблица 2

**Признаки программ ипотечного кредитования 2016–2017 гг.**

Признак классификации	Приобретение готового жилья		Строительство жилого дома		Военная ипотека		Ипотека с государственной поддержкой	
	2016	2017	2016	2017	2016	2017	2016	2017
Процентная ставка	От 12%	От 20%	12,5%	12,25%	12%	11,75%	11,4%	11,9%
Минимальная сумма кредита	300 тыс. руб.	300 тыс. руб.	300 тыс. руб.	300 тыс. руб.	300 тыс. руб.	300 тыс. руб.	300 тыс. руб.	300 тыс. руб.
Максимальная сумма кредита	Не более 85%	Не более 80%	Не более 75%	Не более 75%	2,01 млн руб.	2,05 млн руб.	8 млн руб. для Москвы и Санкт-Петербурга, а для остальных 3 млн руб.	8 млн руб. для Москвы и Санкт-Петербурга, а для остальных 3 млн руб.
Максимальный срок кредита	до 30 лет	30 лет	30 лет	30 лет	30 лет	30 лет	До 30 лет	30 лет
Первоначальный взнос	От 15% стоимости жилья	От 20%	От 25%	От 25%	10%	10%	От 20%	От 20%

Данные таблицы 2 показывают, что показатель процентной ставки по программе приобретения готового жилья вырос на 8% и в 2017 году составил 20%, небольшое отклонение показателя процентной ставки наблюдается в получении ипотеки для строительства жилого дома. Минимальная сумма кредита остается на прежнем уровне. Первоначальный взнос кредита для военной ипотеки составил 10% от стоимости жилья, что дает возможность военнослужащим брать ипотеку на выгодных условиях под 12% годовых [7, с. 16].

В течение трех лет наблюдается отклонение показателей процентной ставки по программам ипотечного кредитования для приобретения готового, строящегося жилья и для военных. Необходимо провести оценку этих изменений на диаграмме в период 2015–2017 гг.



Рис. 2. Процентные ставки по программам ипотечного кредитования

Из рисунка 2 видно, что в период 2015–2017 гг. ставка ипотечного кредитования по программе приобретения готового жилья стабильна, а процентная ставка по приобретению строящегося жилья имеет свойство изменяться под воздействием определенных ситуаций на рынке, ставка по военной ипотеке снижается, что благоприятно влияет на спрос ипотечного кредита.

ПАО «Банк ВТБ 24» – один из крупнейших финансовых институтов России, отвечающий за розничное направление банковской группы ВТБ. ПАО «Банк ВТБ» контролирует 99,93% акций ВТБ 24. Основная специализация – работа с физическими лицами, индивидуальными предпринимателями и предприятиями малого бизнеса. До конца 2017 года планируется присоединение ВТБ 24 к ВТБ. Банк ВТБ 24 является еще одним примером из большого разнообразия банков, в котором предоставляются выгодные условия клиентам по ипотечному кредитованию [8, с. 42].

Нужно рассмотреть требования, которые предъявляет банк при получении ипотеки:

1. Банк предоставляет возможность кредитования иностранным гражданам;
2. Кредит выдается в возрасте 21 года. К моменту погашения кредита возраст не должен превышать 65 лет для мужчин и 60 лет для женщин;
3. Необходимо иметь непрерывный стаж работы в течение 3 месяцев на одном месте в период получения займа и общий годовой стаж работы за последний пятилетний срок;
4. Стабильный доход заемщика определяет платежеспособность, 40% от заработной платы ежемесячно выплачивается банку. В случае ипотечного кредита обязательное присутствие созаемщика или поручителя;

5. Наличие положительной кредитной истории

Характерные черты, присущие ВТБ 24:

- срок выплат ипотеки длится до 50 лет;
- нет запрета на досрочное погашение кредита без штрафов и различных санкций;
- допускается погасить весь долг до 75-летнего возраста.

ВТБ 24 предлагает различные процентные ставки, представленные в таблице 3 по программам, которые может выбрать клиент, либо это покупка вторичного жилья, либо первичного, гаража, дачи, также воспользовавшись материнским капиталом, существует возможность ипотечного кредитования с государственной поддержкой.

Таблица 3

Признаки программ ипотечного кредитования [9]

Признак классификации	Покупка первичного жилья	Покупка вторичного жилья	Военная ипотека
Процентная ставка	От 10,9%	От 11,25%	От 11,4% до 11,75%
Срок кредитования	30 лет	30 лет	14 лет
Первоначальный взнос	20%	20%	15%
Минимальная сумма кредита	300 тыс. руб.	300 тыс. руб.	300 тыс. руб.
Максимальная сумма кредита	80% договорной стоимости	80% договорной стоимости	2,15 млн руб.

Если сравнить данные из таблицы 2, то очевидно, что ВТБ 24 по сравнению со Сбербанком делает более выгодное предложение покупки жилья по ставке 11,25%.

#### Литература

1. Об ипотеке (залоге недвижимости): ФЗ РФ от 16.07.1998 № 102-ФЗ (ред. от 03.07.2016). – М.: Бюро Печати, 2016.
2. Аджиева, А.Ю. Диверсификация инвестиционного портфеля в аграрной сфере региона / А.Ю. Аджиева // TERRA ECONOMICUS. 2009. № 4-3. С. 241–243.
3. Аджиева, А.Ю. Методологические аспекты оценки эффективности функционирования интегрированного формирования / А.Ю. Аджиева // TERRA ECONOMICUS. 2009. № 4-3. С. 152–155.
4. Аджиева, А.Ю. Роль и значение агропромышленной интеграции в условиях финансового кризиса / А.Ю. Аджиева // TERRA ECONOMICUS. 2009. № 3-2. С. 75–79.
5. Аджиева, А.Ю. Банковские системы зарубежных стран: методическое пособие / А.Ю. Аджиева – М.: КубГАУ, 2015. С. 13.
6. Вклад банка в развитие ипотечного кредитования в России – объем выданных ипотечных кредитов за все время работы на рынке [электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://rusipoteka.ru/profi/ipoteka-rejtingi/rejting\\_ipotechnyh\\_bankov/all/](http://rusipoteka.ru/profi/ipoteka-rejtingi/rejting_ipotechnyh_bankov/all/) (дата обращения: 13.03.2017).
7. Ипотека в Сбербанке – условия и процентные ставки [электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://bankigid.net/ipoteka-v-sberbanka-v-2016-godu-usloviya-i-procentnye-stavki/> – [http://rusipoteka.ru/profi/ipoteka-rejtingi/rejting\\_ipotechnyh\\_bankov/all/](http://rusipoteka.ru/profi/ipoteka-rejtingi/rejting_ipotechnyh_bankov/all/) (дата обращения: 15.03.2017).
8. Ипотека в ВТБ 24 – условия и процентные ставки [электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://bankigid.net/%BE%D1%82%D0%B5%D0%BA%D0%B0++%D0%B2%D1%82%D0%B1+24+2015> (дата обращения 14.03.2017).
9. Официальный сайт Банки.ру [электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.banki.ru/news/lenta/?id=8057256> – [http://rusipoteka.ru/profi/ipoteka-rejtingi/rejting\\_ipotechnyh\\_bankov/all/](http://rusipoteka.ru/profi/ipoteka-rejtingi/rejting_ipotechnyh_bankov/all/) (дата обращения: 14.03.2017).

УДК 338.1

**А.Д. Брежнева, студент**

*Научный руководитель: И.С. Ключева, ст. преподаватель  
г. Новосибирск, Новосибирский государственный университет экономики и управления*

## ОБЗОР МИРОВОГО И РОССИЙСКОГО РЫНКОВ ФУЛФИЛМЕНТА

В условиях нестабильности современной экономики особо актуальной становится проблема адаптации российских предприятий и других экономических субъектов к сложившейся ситуации. Данный процесс невозможен без обеспечения и поддержания достойного уровня технического развития дистанционной торговли [3, с. 27].

В западных странах участники рынка дистанционной торговли все чаще передают непрофильные процессы на аутсорсинг, в то время как в России данная тенденция только зарождается. По данным Gartner Group, оборот на мировом рынке аутсорсинга возрастает ежегодно на 16,5%. Журнал Fortune утверждает, что как минимум на 90% современных предприятий на мировом рынке используют аутсорсинг для реализации хотя бы одного бизнес-процесса. Аутсорсинг не имеет достаточного развития в России, но используется и в российских, и зарубежных компаниях в 37% случаях [2].

Одним из процессов аутсорсинга является фулфилмент – комплекс решений по дистрибуции товаров для организаций, занимающихся торговлей через интернет, которые включают в себя ряд логистических процессов, таких как приемка, хранение, комплектация, сортировка, упаковка, маркировка, отгрузка товара и обработка заказов [6].

По последним оценкам, мировой рынок фулфилмента составил 3,48 млрд долларов в 2014 г. В 2015–2016 гг. наблюдается стабильный рост на 9,7% и 9,9% соответственно. Таким образом, можно спрогнозировать продолжение роста примерно на 10% ежегодно. Соответственно к 2019 году рынок достигнет 5,55 млрд долларов (рис. 1) [6]. Данный рынок растет и развивается за счет увеличения интернет-торговли, предприятия которой не имеют своих собственных мощностей. Например, в США только 26% рынка интернет-торговли обслуживается собственными мощностями [5].



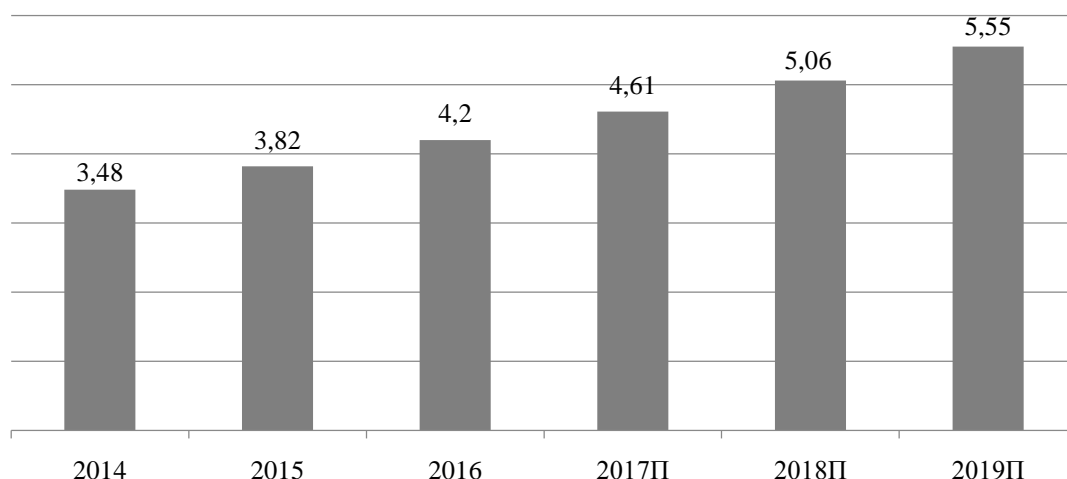


Рис. 1. Динамика мирового фулфилмента, млрд долл.

Российский рынок фулфилмента также зависит от развития рынка интернет-торговли. В 2010–2014 гг. рынок интернет-торговли вырос практически в 3 раза и по итогам 2014 года составил 683 млрд рублей. По последним данным АКИТ (Ассоциация Компаний Интернет Торговли), в 2015 г. рынок также показал небольшой рост в 7% с учетом трансграничной торговли, несмотря на обостренную экономическую обстановку и изменчивость курсов валют [4]. Хотя исследователи J'son & Partners Consulting предполагали падение данного рынка на 33 млрд руб. или на 5% в связи с тяжелой макроэкономической ситуацией. Затем ожидалось небольшое восстановление к 2016 году и рост рынка более чем на 20% к 2017 году [5].

Доля внутренней торговли постоянно уменьшается, а трансграничной торговли – увеличивается. Это связано с увеличением популярности заказов с зарубежных сайтов, особенно китайских. Существует мнение, что трансграничная торговля к 2018 году вырастет в три раза, а самый большой вклад будет со стороны Китая. В 2016 г. продолжился рост рынка интернет-торговли, он вырос на 5% и составил 800 млрд руб. [1].

Предположим, что данные тенденции продолжатся, тогда в 2017 году рынок интернет-торговли составит 1080 млрд руб., при этом доля внутренней торговли будет составлять 59%, а доля трансграничной торговли – 41%.

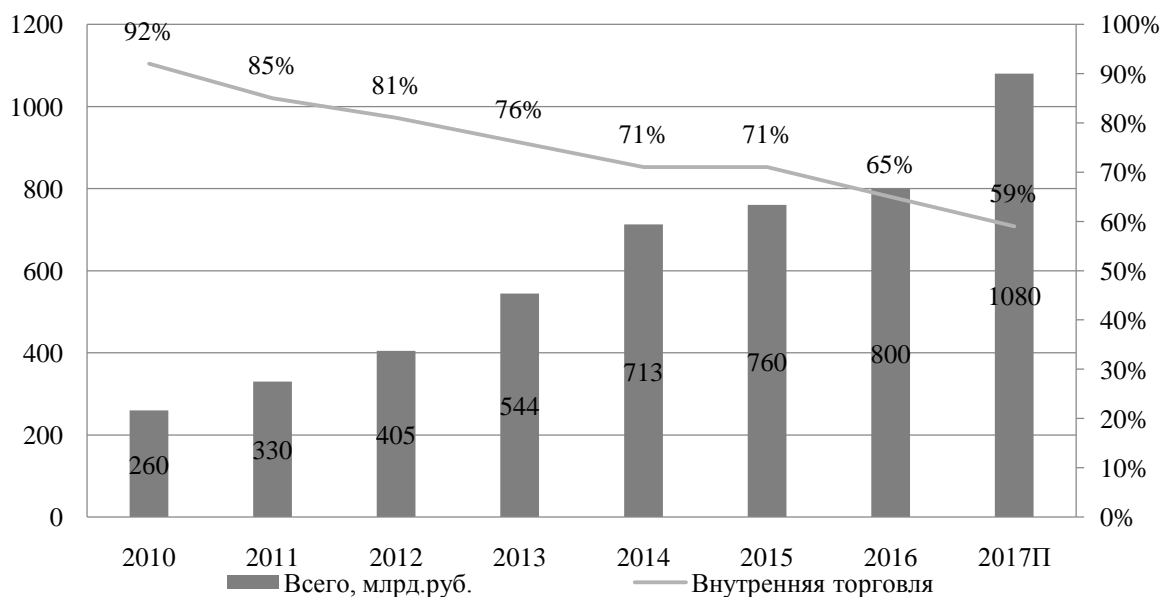


Рис. 2. Объем рынка интернет-торговли 2010–2017 гг., млрд руб.

Хотя российский рынок фулфилмента все еще находится на стадии формирования, но исходя из положительной динамики роста интернет-рынка, в 2015 году объем рынка составил 8 млрд рублей, показав рост в 3% по сравнению с годом ранее. По мнению представителей отрасли, в 2016 г. наблюдается растущий спрос на услуги фулфилмента. Таким образом, по прогнозам экспертов J'son & Partners Consulting, к 2018 году рынок фулфилмента достигнет 13,3 млрд рублей [6].

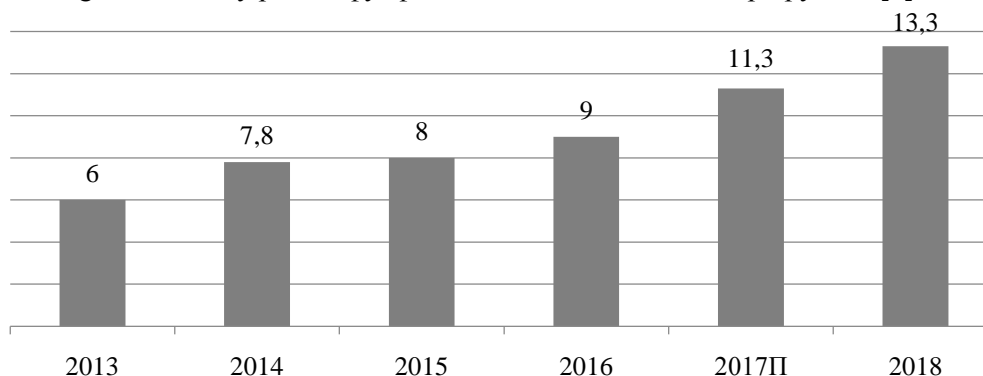


Рис. 3. Динамика российского рынка фулфилмента, млрд руб.

Несмотря на раннюю стадию развития рынка, он является достаточно сегментированным, и его объемы в количественном выражении не превышают 80–100 млн отправок физическим лицам. Согласно имеющимся данным, на российском рынке насчитывается около 60 компаний, предлагающих услуги аутсорсингового фулфилмента, однако 10 крупнейших из них проводят основную часть всех операций. По оценке отраслевых экспертов, в настоящее время с помощью фулфилмент-операторов доставляется 10–15% товаров, в то время как в развитых странах эта цифра превышает 50% [6].

Среди основных стимулов развития рынка фулфилмента в Российской Федерации эксперты выделяют:

- 1) развитие рынка интернет-торговли, который порождает спрос на фулфилмент-услуги;
- 2) экономическая обстановка, стимулирующая компании интернет-торговли оптимизировать издержки и передавать складские процессы на аутсорсинг.

Основными сдерживающими факторами развития рынка, по мнению отраслевых экспертов, являются:

- экономический кризис, который также может привести к сокращению объемов интернет-торговли и, как следствие, снижению спроса на услуги фулфилмента;
- слабая развитость транспортной инфраструктуры в Российской Федерации;
- недостаточное понимание интернет-магазинами услуги фулфилмента, однако, коммерческая аргументация позволяет минимизировать данный сдерживающий фактор;
- отсутствие квалифицированных кадров со стороны операторов и клиентов [5].

#### Литература

1. Ищенко Н. Российский рынок онлайн-торговли ускорил рост [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.vedomosti.ru/business/articles/2016/09/22/658172-rinok-onlain-torgovli> (дата обращения: 05.03.17).
2. Кочетков Д.М. Аутсорсинг: глобальные тенденции и российские перспективы [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://elar.urfu.ru/bitstream/10995/34372/1/urgt\\_2015\\_19.pdf](http://elar.urfu.ru/bitstream/10995/34372/1/urgt_2015_19.pdf) (дата обращения: 04.03.17).
3. Ключева И.С., Крымская О.Н. Технопарки РФ: сравнительный анализ // Вестник науки и творчества. – М., 2016. – № 8 (8). – С. 70–78.
4. Российский рынок фулфилмента растет [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.iksmedia.ru/news/5289922-Rossiiskij-rynok-fulfilmenta-rastet.html> (дата обращения: 05.03.17).
5. Рынок фулфилмента в Российской Федерации [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://json.tv> (дата обращения: 04.03.17).
6. Рынок фулфилмента в Российской Федерации, итоги 2015 г. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://json.tv> (дата обращения: 04.03.17).

**РЫНОК СТРОИТЕЛЬНЫХ МАТЕРИАЛОВ В НОВОСИБИРСКОЙ ОБЛАСТИ**

Рынок стройматериалов напрямую зависит от количества проданных квадратных метров. Поэтому необходимо рассмотреть тенденцию ввода в действие жилых домов в Новосибирской области.

Таблица 1

**Ввод в действие жилых домов в Новосибирской области в 2000–2014 гг.,  
тыс. кв. м. общей площади [1]**

Год	Всего построено
2000	504,9
2002	417,6
2003	566,3
2004	704,5
2005	704,4
2006	1073,2
2007	1274,7
2008	1392,2
2009	1216
2010	1379,9
2011	1505,2
2012	1571
2013	1723,4
2014	2302

В 2000–2014 гг. объем введенного жилищного фонда в НСО вырос с 504,9 тыс. кв. м до 2302 тыс. кв. м, или в 4,5 раза.

Это изменение специалисты связывают с тем, что сработал эффект отложенного спроса: дома, которые начали строить 2 года назад, ввели в эксплуатацию. Помимо этих факторов на рынок недвижимости, безусловно, повлияло резкое падение спроса на жилье, остановка в начале года рынка ипотечного кредитования (из-за повышения ключевой ставки), существенное снижение ввода индивидуального жилья и, как следствие вышеперечисленных причин, падение платежеспособности населения.

В условиях резкого снижения темпов строительства многоквартирных домов производители стройматериалов переориентируются на индивидуального застройщика.

По данным официальной статистики, в первом квартале 2016 года в Сибирском федеральном округе сдано в эксплуатацию 1,58 млн кв. метров жилья, это почти на 30% меньше, чем годом ранее. Наименьший ввод зафиксирован в Республике Бурятия (25,3% к первому кварталу 2015 года), наибольший – в Омской области (116,6%). Лидер строительной отрасли региона, Новосибирская область, смогла сдать лишь 354,7 тыс. кв. метров, что на 46,3% меньше, чем за аналогичный период 2015 года. И восстановления рынка до конца года не ждут ни эксперты, ни чиновники. Если по итогам 2015 года застройщики Новосибирской области ввели 2,58 млн кв. метров жилья или 42,3 тыс. квартир (на 12,3% больше, чем в 2014 году), то планы на конец этого года – не более 1,9 млн кв. метров.

Снижение активности застройщиков в условиях падения доходов сибиряков бумерангом бьет по производителям стройматериалов, которые из месяца в месяц вынуждены снижать объемы выпуска продукции.

На падение рынка стройматериалов больше влияет не объем ввода жилья или коммерческой недвижимости, а объемы выполненных работ по виду деятельности «Строительство». Даже в прошлом году, когда в Новосибирской области был зафиксирован рекордный рост объемов ввода жилой недвижимости, практически по всем видам стройматериалов зафиксировано падение. По стеновым материалам падение составило 6%, по кирпичу – порядка 4%, по сборному железобетону – 13%, по производству КПД, несмотря на ввод новых мощностей, – 12%.

Одним из первых кризис ударил по рынку цемента. В прошлом году лидер этого сегмента стройматериалов в регионе – холдинг «Сибирский цемент» – вынужден был снизить объемы производства на 12% – до 3,84 млн тонн. С января по март предприятия холдинга выпустили 568,9 тыс. тонн цемента, что на 21% меньше, чем годом ранее [4].

Немногим лучше обстоят дела и на рынке газобетона. В 2015 году объемы производства компании «Сибит» упали на 10% – до 375 тыс. кубометров. Из-за повышения стоимости электроэнергии, газа, некоторых сырьевых компонентов, комплектующих для оборудования, растет себестоимость производимой продукции.

Избыток мощностей на рынке крупнопанельного домостроения оценивается в 40–50%. Если потребности Новосибирской агломерации в крупнопанельном домостроении сегодня составляют 400 тысяч кубометров, то суммарная мощность производства заводов, включая поставки из других регионов близка к 600 тысячам кубометров.

Ситуация на рынке строительных материалов в целом не очень радужная. Эксперты ожидают, что на докризисный уровень 2014 года рынок сможет выйти лишь не ранее 2018 года.

Таблица 2

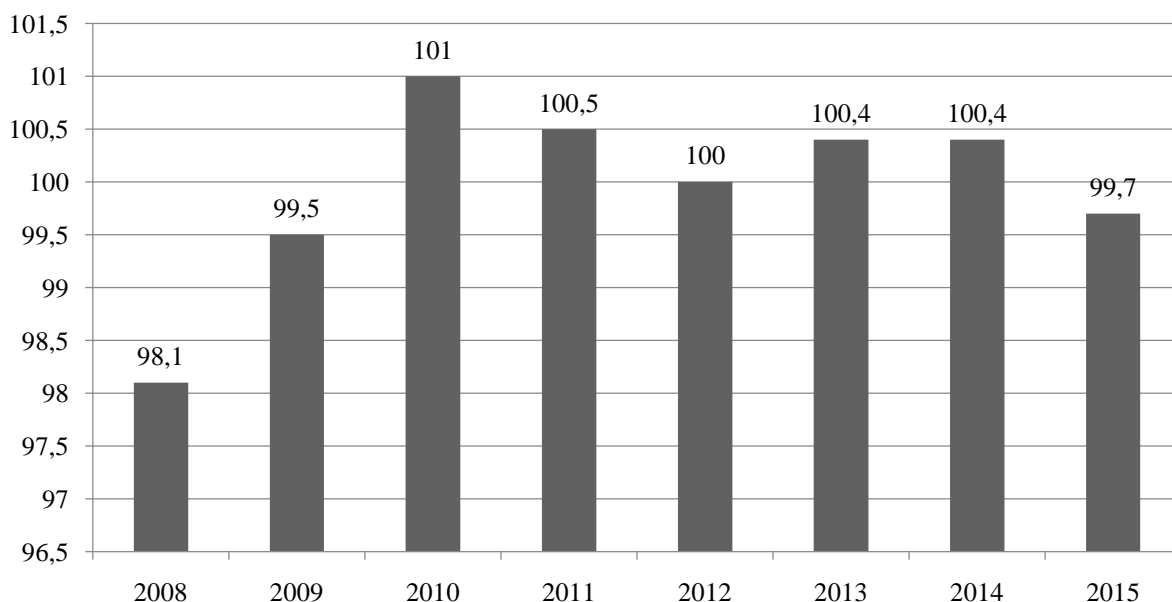
**Оперативные данные по фактическому производству основных строительных материалов наиболее крупных и средних предприятий стройиндустрии Новосибирской области за 2009–2015 гг. [2]**

Наименование строительных материалов	Единица измерения	2009 г.	2010 г.	2013 г.	2014 г.	2015 г.
Стеновые материалы	млн штук	336,92	399,86	612,87	658,05	618,90
Ячеистый бетон	млн штук	78,88	122,47	274,32	315,13	367,05
Кирпич	млн штук	246,8	262,94	321,80	329,24	318,33
Блоки стен подвалов (ФБС)	млн штук	11,24	14,45	16,76	13,73	12,660
Нерудные материалы	тыс. куб.м	5135,5	6007,16	8007,76	6876,70	5615,53
Щебень	тыс.куб.м	4187,62	4865,65	6542,95	5232,15	4393,58
Известь	тыс. тн.	38,2	44,0	69,34	88,19	107,81
Цемент	тыс. тн.	1375,0	1400,0	1685,00	1722,79	1569,90
Сборный железобетон	тыс.куб.м	542,06	708,14	909,30	886,45	760,39
Панели для крупного домостроения	тыс.куб.м	174,34	250,71	283,39	299,46	264,83
Сан-тех. изделия	тыс. шт	459,0	494,0	696,00	1468,00	2356
Сухие строительные смеси	тыс.тн.	203,45	276,68	293,34	312,28	355,37
Дорожно-декоративная плитка	тыс.кв.м	66,24	70,2	75,08	87,96	88,40
Краски	тн.	3002,32	2843,54	2909,91	2882,98	2648,70
Шпатлевка	тыс.тн.	39,36	38,2	37,88	35,85	35,11
Кровельные материалы	тыс.м.кв.	13986,14	21815,66	117867,00	119099,00	107725,00
ПВХ профиль	тыс.тонн	15	7,36	17,90	17,40	15,20

С 2009–2013 года наблюдается рост производства почти всех строительных материалов, что связано с постепенным выходом из кризиса 2008 года и восстановления строительства, кроме красок (снижение производства), шпатлевки (снижение производства), ПВХ профилей (в 2010 – снижение производства, в период с 2011–2013 наблюдается рост), кровельных материалов (в 2010 – рост, в период с 2011–2013 снижение производства). С 2014 года наблюдается снижение производства всех строительных материалов из-за того, что кризис серьезно ударил по строительству, кроме ячеистого бетона, извести, сантехнических изделий, сухих строительных смесей и дорожно-декоративной плитки. По сравнению с 2015 годом, в 2016 производство почти всех строительных материалов сократилось, некоторых даже больше чем в 2 раза, к ним относятся: деревянные оконные блоки, дверные блоки, деревянные дверные блоки, что связано с тем, что сейчас почти везде используют не дерево, а пластик. Снизилось производство из-за сокращения объемов жилого строительства, снижения объемов добычи строительного сырья и производства базовых строительных материалов.

Выросло производство таких материалов как: известь, сантехнические изделия, сухие строительные смеси и кровельные материалы из-за того что вырос объемов производства отделочных материалов.

Производство строительных материалов и, соответственно, цены на них напрямую зависят от темпов строительства, реконструкции и проведения ремонтных работ [3].



**Рис. 1. Индексы цен производителей строительных материалов по Новосибирской области в 2008–2016 гг.**

В 2008–2009 гг. наблюдалось снижение цен, во многом причина этого – мировой финансовый кризис, который в значительной степени затронул строительную отрасль, что привело к снижению темпов строительства объектов жилого, коммерческого и промышленного назначения. В 2010 году темпы строительства возрастают, а значит и цены тоже. В 2011, 2012, 2013 году происходит плавное снижение темпов строительства и цен. С 2014 года цены на строительные материалы растут.

Вероятно, самая большая тенденция, которая имеется у производителей, это отсутствие изменений вообще. Большинство из них будет продолжать делать то, что они делали, пытаясь снизить расходы. Большинство из них не будет тратить время на шаг назад и изменение подхода.

Компании, производящие строительные материалы, должны работать на рост объема продаж через Интернет и поддерживать это, проводить исследования самостоятельно, продавая онлайн. То есть работать не только на оптовом рынке, но и на рынке розницы. Подобную практику можно встретить в Китае, где каждый завод имеет своего посредника, через которого продает в розницу. В нашем городе этой структуры нет.

Жилищно-строительные фирмы будут продолжать использовать те же самые продукты и строительные практики. Сотрудники строительных компаний не всегда достаточно компетентны, чтобы серьезно смотреть на любые большие изменения. Нехватка рабочей силы также продолжает сдерживать потенциал роста строителей. Большие нововведения могут быть решением трудовых вопросов, но не будет времени на то, чтобы строители сделали какие-либо серьезные изменения.

Как можно заметить, на рынке происходит много мелких изменений, которые не будут достаточны, чтобы стимулировать изменения у большинства производителей строительных материалов. Те немногие компании, которые видят эти тенденции как возможности, и активно используют маркетинг строительных материалов в своей деятельности, безусловно, будут принимать меры, чтобы наклонить игровое поле в свою пользу.

Ни одна другая отрасль так не зависит от каналов распределения для своего успеха, чем промышленность строительных материалов. Многие рекламные агентства не понимают важность канала распределения и в конечном итоге борются за продажи с конкурентами и потом прилагают огромные маркетинговые усилия для достижения посредственного результата.

Падение объемов производства стройматериалов продлится еще как минимум полтора года, более того, 2017 год обещает быть более тяжелым для бизнеса, чем 2016-й. Это связано с тем, что на сегодняшний момент вся экономика нашей страны только начинает восстанавливаться после серьезного кризиса. Не так давно началась тенденция усиления рубля, это значит, что расширять производство и покупать новое оборудование будет дешевле, следовательно, уменьшатся и цены на рынке строительных материалов, а это в свою очередь должно увеличить спрос. Многие эксперты предрекают 2017 год как год постепенного выхода из кризиса и восстановление производства и экономики в целом. На данный момент кризис на рынке строительных материалов очевиден. Но к 2018 году производство пойдет в гору.

## Литература

1. Руди Л.Ю., Ключева И.С. Качество жилищного фонда как характеристика жилищных условий населения Новосибирской области: некоторые тенденции // Качество и полезность в экономической теории и практике: Материалы VIII Всероссийской заочной научно-практической конференции с международным участием. – Новосибирск: НГУЭУ, 2016. С. 125-138.
2. Оперативные данные по фактическому производству основных строительных материалов [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [minstroy.nso.ru](http://minstroy.nso.ru), свободный.
3. Индексы цен производителей строительных материалов по Новосибирской области в 2008-2016 гг. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [novosibstat.gks.ru](http://novosibstat.gks.ru), свободный.
4. Цемент в Сибири: риск монополизации поставок и роста цен [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [ksonline.ru](http://ksonline.ru), свободный.

УДК 330.132.2

**З.Р. Гатауллина, студент**

*Научный руководитель: А.Н. Мустафин, ассистент  
г. Казань, Казанский (Приволжский) федеральный университет*

## **ЗАКОН УБЫВАЮЩЕЙ ПРЕДЕЛЬНОЙ ПОЛЕЗНОСТИ. ПРИНЦИП МАКСИМИЗАЦИИ ПОЛЕЗНОСТИ**

Существование любого вида материи требует наличия благоприятных условий. Под воздействием совокупного объема мер любое живое существо способно пройти все стадии жизни. Жизнедеятельность требует каждодневной порции энергии. Осуществив переход на язык экономики, выразим вышеизложенную мысль в новом виде. Совокупный объем необходимых мер для поддержания жизни определим как «экономические блага», а жизнедеятельность трансформируется в «потребность». Тем самым, на экономическом языке данная мысль прозвучит таким образом: «любая потребность удовлетворяется экономическими благами».

Действительно, для того, чтобы удовлетворить все свои потребности, живому существу требуется большое количество ресурсов и запасов. Процесс потребления благ начался задолго до развития не только сектора производства и науки «экономика», но также и до образования общества в целом. Первоначально, человек нуждался в удовлетворении базовых наборов физиологических потребностей, таких как: нужда в пище, тепле, охране и продолжении рода. Однако с развитием общества, потребности человека росли и расширялись. В ходе эволюции граница необходимых для жизнедеятельности благ вышла за пределы физиологических потребностей. В настоящее время к удовлетворению первичных потребностей добавились блага высшего порядка (вторичные) [3, с. 9].

В условиях рыночной экономики и свободы предпринимательской деятельности, рынок предоставляет широкий выбор товаров и услуг. Побудителем к владению товаром является не только стремление удовлетворить потребности, сколько извлечь полезность из него, поскольку только полезность в силах удовлетворять потребности индивида, а не блага в чистом виде. Следовательно, «охота» за полезностью блага вынуждает потребителя выражать интерес к физической оболочке блага.

Однако, определить полезность блага для каждого отдельно взятого индивида невозможно. Каждый потребитель имеет свои вкусы и предпочтения, именно благодаря данному факту, современный рынок товаров и услуг настолько широк. Следовательно, одно и то же блага не может быть одинаково полезным для двух потребителей, обладающими отличными предпочтениями. Данный факт можно назвать «проблемой индивидуальной полезности блага».

Помимо расхождения во вкусах потребителей, перед экономической наукой возникает еще одна проблема: не существует точных измерителей экономической полезности благ. К примеру, секунды измеряют время, световые года – межгалактическое пространство. Несмотря на то, что кардиналисты ввели условную единицу измерения полезности – ютиль – полезность не может быть представлена в количественном выражении [2, с. 103].

Следовательно, каждый потребитель лично для себя определяет степень полезности блага, опираясь на свою собственную, уникальную потребительскую стратегию оценки, а не прибегая к количественному выражению блага.

Еще одной проблемой оценки блага является то, что даже руководствуясь личными правилами выбора товаров, индивид не в состоянии ответить на вопрос о том, какой из выбранных им штучных товаров представляет наибольшую полезность для него. Однако, если штучные блага невозможно

сравнить между собой, то потребительские наборы, состоящие из отдельных товаров услуг, поддаются субъективной оценке со стороны потребителя. В данном случае, комбинации из благ подвергаются рациональной оценке со стороны индивида, и в конечном счете, потребитель имеет вывод о том, какой из наборов наиболее выгоден к покупке.

Тем самым, можно утверждать, что главным фактором определения полезности стала индивидуальная мотивация каждого потребителя, его интересы и запросы. С того момента экономическая история начала рассматривать человека, являющегося, как и производителем и покупателем одновременно, так и центральную фигуру экономического движения. Отношение индивида к вещи – исходный толчок к измерению полезности блага.

Первой экономической школой, которая выделила два вида полезности благ, был маржинализм. Представители маржинализма утверждали, что необходимо разграничить совокупную и предельную полезность благ. Теория предельной полезности, в свою очередь, является основной частью данного учения.

Потребляя товар, потребитель получает два вида полезности блага: совокупную полезность и предельную полезность. Главное отличие между двумя данными полезностями состоит в характере реакции на дополнительные потребленные единицы благ. Рассматривая общую (совокупную) полезность следует знать, что чем больше потреблено товара, тем больше будет общая полезность. Увеличение единиц блага в конечном итоге приведет к тому, что будет достигнута точка максимума, после преодоления которой общая полезность начнет уменьшаться.

Полезность благ зависит от их количества. Когда круг благ ограничен, каждая единица блага представляет собой высокую полезность. Когда же имеется доступ к неограниченным благам, полезность единичного представителя блага резко снижается. Когда потребитель обладает широким набором благ, его потребность удовлетворяется в максимальной степени. Он не стремится приобретать дополнительные блага, даже если этого позволяют его финансовые возможности, так как в этот момент потребитель руководствуется рациональным поведением. Если же блага ограничены и потребности человека не удовлетворены в полной мере, покупатель стремится получить благо, прибегая к различным методам, таким как выбор оптимального товара, предпочтение одного блага другому или временное воздержание от покупки в целях накопления достаточных средств для приобретения желаемого блага.

Каждая единица блага способна удовлетворить лишь то количество нужд потребителя, свойственное его полезности. Если человек, употребив благо, осознает, что товар не принес желаемую пользу, то необходимы дополнительные единицы блага, чтобы в полной мере употребить запросы потребителя.

Предельная полезность, в свою очередь, отражает то количество пользы, которую приносит последняя единица употребляемого блага. [1, с. 22]. Первая же единица блага будет представлять наибольшую полезность для человека, с каждым последующим потребленным благом полезность единиц будет уменьшаться [4, с. 123]. В конечном счете, динамика потребления достигнет такой точки, когда последняя единица принесет наименьшую пользу, по сравнению с предыдущими единицами блага. Следовательно, можно сделать вывод, что полезности первой и последней единицы блага не равнозначны. Данное различие объясняется и доказывается законом убывающей предельной полезности.

Впервые закон убывающей предельной полезности был открыт Г. Госсеном. В 1854 г. в Германии впервые издается книга с длинным и заурядным названием «Развитие законов общественного обмена и вытекающих отсюда правил человеческой деятельности». Данная книга представляла собой работу, написанную сложным экономическим языком, полную терминами и формулами. Однако труд Госсена долго не раскупался и разочарованный неудачей автор изымает из обращения все книги. Труд Госсена в будущем совершит переворот в экономической мысли того времени и откроет в ней новое направление. Данные события произойдут после того, как У. Джевонс, К. Менгер и Л. Вальрас обратят внимание на старую книгу экономической мысли.

Два закона Госсена стали основой наиважнейших процессов функционирования и объяснения правил экономических субъектов. В данных двух законах были описаны правила, которыми руководствуется рационально действующий потребитель в условиях рыночных отношений, стремящийся получить максимальную полезность из хозяйственной и экономической деятельности.

Действительно, перед потребителем стоит сложная задача – максимально использовать имеющиеся денежные ресурсы таким образом, чтобы максимально удовлетворить потребности. Для этого индивид должен вести себя рационально и руководствоваться правилами потребительского выбора и соотносить свой бюджет. Потребительский выбор – это выбор, который максимизирует функцию полезности потребителя в условиях ограниченных ресурсов.

Главный смысл максимизации полезности заключается в том, что потребитель, обладающий ограниченностью дохода должен выбрать такой набор товаров и услуг, который в полной мере удовлетворит потребности, которыми обладает индивид [5, с. 3].

Существуют некоторые условия, в которых максимизация полезности функционирует оптимальным образом. В результате влияния максимизации полезности потребитель должен:

1. Расходовать имеющийся доход на покупку товаров, а также и на денежный запас. Следуя правилам максимизации, потребитель не должен тратить все свои доходы на приобретение благ, у него должны оставаться сбережения. Поскольку сбережения так же обладают ценностью и полезностью, и являются сильным стимулом для потребления благ в будущем.

2. Подобрать такой комплект товаров и услуг, чтобы обеспечить получение одинакового удовлетворения от траты денег на покупку благ.

Альфред Маршал внес значимый вклад в решение проблемы об измерении и максимизации полезности. Он разработал теорию благосостояния, в которой предполагал, что постоянная предельная полезность денег позволяет измерить полезность продуктов производства с точностью до общего множителя, которая воплощается в правиле максимизации полезности. В работе под названием «Принципы экономической науки», Альфред обозначает роль денег, как общего множителя, который позволяет сравнить предельные полезности благ.

Тот принцип максимизации, который применяется для анализа потребительского поведения во время распределения денежных единиц, использовался и в других различных экономических мыслях и тезисах. Столь широкое применение теории объясняется тем, что принцип максимизации обладает общими принципами и методами анализа, позволяющим быть использованным в широких спектрах экономической науки.

Однако помимо закрепления позиций теории предельной полезности и принципа максимизации в экономической науке, данные теории нашли отражение и в других социальных науках.

Закон убывающей предельной полезности был лишней раз доказан не только учеными экономистами. Психологи провели свой лабораторный эксперимент: человека с завязанными глазами попросили протянуть руку ладонью вверх. На руку клали небольшой груз, водружая тем самым пирамиду. Человек, естественно, замечал давление первого груза, при прибавлении новых, замечал и их. Но после того, как на руке уже располагалось достаточно большое количество грузов, человек перестал замечать увеличение веса. Чем больше был совокупный вес грузов на руке человека, тем меньше чувствовался эффект предельного веса.

Таким образом, можно утверждать, что закон увеличения предельной полезности работает не только при анализе потребляемых индивидом благ, но и в любой ситуации, в которое происходит постепенное увеличение единиц.

#### Литература

1. Баскина А.С., Боткина О.И., Ишманова М.С Основы экономической теории: Курс лекций [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://elibrary.udsu.ru/xmlui/bitstream/handle/> (дата обращения: 04.02.2017).
2. Гальперин В.М., Игнатьев С.М., Моргунов В.И. Микроэкономика: В 2-х т. Т. 1 / общая редакция В.М. Гальперина. СПб.: Экономическая школа, 2004. 349 с.
3. Ерохина Е.В. Основы менеджмента: Курс лекций [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.studfiles.ru/preview/6180687/> (дата обращения: 06.02.2017).
4. Нуреев Р.М. Курс микроэкономики: Учебник для вузов. 2-е издание. – М.: Издательство НОРМА, 2000. 324 с.
5. Предмет микроэкономики. Позитивный и нормативный анализ [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://refdb.ru/look/2602302-p3> (дата обращения: 04.02.2017).

УДК 338.46

**В.В. Доманицкая, студент**

Научный руководитель: И.С. Ключева, ст. преподаватель  
г. Новосибирск, Новосибирский государственный университет экономики и управления

## СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ИНДУСТРИИ РОССИИ

Как известно, уровень жизни оценивается как обеспеченность населения жизненными благами (материальными и духовными) и как степень удовлетворения потребностей населения в этих благах [4]. К духовно-материальным благам можно отнести – путешествия.



В 21 веке туризм стал неотъемлемой частью современного мира. Поездка за границу, а также путешествие внутри страны считается естественным событием, которое не вызывает особого затруднения для среднестатистического человека. В настоящее время в России сфера услуг и туристическая инфраструктура проходят период модернизации, опирающейся на утвержденную правительством федеральную целевую программу «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (на 2011–2018 годы)». Однако начиная с 2014 года, из-за банкротства ряда туроператоров, возвращения республики Крым, девальвации рубля, внешних санкций и внутренних ограничений стала значительно возрастать роль внутреннего туризма.

Туризм является одним из главных источников дохода во многих странах, как на микро, так и на макроэкономических уровнях (для 85% государств туризм значит как один из пяти основных источников дохода, а для 35% стран и вовсе является главенствующим) и влияет на развитие их экономики и международного сотрудничества. Туристическая индустрия способствует поступлениям в казну государства, развитию отраслей, которые прямо или косвенно связаны с туризмом и помогает возрастанию престижа страны и укреплению международных связей.

Туризм относится к несырьевой сфере услуг и имеет большое значение для социально-экономической политики развития субъектов Российской Федерации.

Туризм стимулирует:

- рост экономики (развитие 53 отраслей экономики);
- развитие малого и среднего бизнеса;
- занятость и самозанятость;
- сглаживание диспропорций территориального развития;
- повышение качества жизни населения;
- увеличение объёма экспорта [1, с. 44].

В настоящее время развитие туризма в Российской Федерации переживает временный кризис, связанный с экономической нестабильностью в стране и информационной войной против стран со стороны западных государств, что отталкивает иностранных путешественников и снижает уровень активности посещаемости территории зарубежными туристами.

Также, поддержка туристической индустрии сдерживается рядом проблем, требующих немедленного решения.

Во-первых, в российских регионах заметен ярко выраженный недостаток качества в области гостиничной и развлекательной инфраструктур. Исправить это можно благодаря увеличению количества объектов размещения, питания и развлечений с учётом европейских стандартов системы обслуживания и предоставляемых услуг.

Во-вторых, для некоторых регионов существует проблема, связанная с транспортной доступностью туристических центров. Для решения данного вопроса необходимо усовершенствование транспортной системы.

В-третьих, довольно низкий уровень бюджетных расходов на туристическую отрасль тормозит продвижение возможностей на мировом рынке как России в целом, так и отдельных её регионов. Для урегулирования ситуации правительству следует увеличить уровень бюджетных расходов на туризм в целом по стране, а не концентрироваться на отдельных регионах, а также передать функцию создания имиджа того или иного региона органам местного самоуправления.

В-четвёртых, до сих пор не найдена идея в сфере законодательства для привлечения частных инвестиций в отрасль, которая могла бы иметь многообещающий характер. Отсутствие мотивации частных инвесторов на крупные вложения в развитие туристической инфраструктуры, дефицит рекламы государства как туристического центра на международном рынке туризма, недостаток продвижения российских туроператоров за рубежом – всё это снижает шанс России получить признание со стороны иностранных государств-партнёров.

В-пятых, существует значительный дефицит квалифицированного персонала, который способен предложить качественное обслуживание туристов. Решение данного вопроса начинается не только с контроля образования в российских ВУЗах, но и туристических компаниях различных категорий, которым необходимо проводить разнообразные тренинги и семинары по повышению квалификации работников. Как отмечают исследователи Иваненко и Ковтун, такая негативная тенденция в системе российского высшего образования приводит к росту транзакционных издержек для работодателя, которые возникают из-за необходимости доучивать и «доводить до ума» недоделанных выпускников [2, с. 63].

Таблица 1

**Въездные туристические поездки в 2014–2015 гг. [5]**

Страна	2014	2015	Страна	2014	2015	Страна	2014	2015
Украина	8 436	8 912	Армения	601	552	Турция	263	239
Казахстан	3 733	4 711	Германия	584	553	США	245	233
Польша	1 772	1 725	Таджикистан	482	458	Великобритания	215	180
Финляндия	1 380	1 416	Литва	425	237	Италия	207	191
Узбекистан	874	797	Абхазия	357	417	Франция	199	171
Китай	874	1 122	Эстония	331	357	Монголия	158	378
Азербайджан	818	856	Беларусь	319	249	Израиль	150	162
Республика Молдова	618	491	Латвия	295	278	Республика Корея	114	136

На основании данных, приведенных в таблице, можно сделать вывод о том, что постепенно в зарубежных странах туристические поездки в Россию набирают популярность. Так, общая посещаемость за приведенные года выросла на 1414 тыс. чел. В условиях нарастания мировой политической нестабильности сократилось число туристов из Евросоюза, и, напротив, увеличился поток туристов из Азии: значительно возросло количество туристов из Казахстана и Китая, взаимоотношения с которым развиваются в положительном направлении. Лидером по въездным поездкам в РФ на протяжении данного периода остается Украина. Однако заметно сократилось число приезжающих из Литвы (на 188 тыс. чел.). Отстающую позицию занимает республика Корея. Сокращение посещаемости из некоторых стран можно связать с недостаточной информированностью иностранных граждан о России как туристическом центре.

Таблица 2

**Сравнение количества поездок граждан некоторых стран дальнего зарубежья на территорию РФ**

Страны	2015	2016	Изменение в %	Страны	2015	2016	Изменение в %
Китай	929 835	1 072 585	15%	Индия	39 834	47 152	18%
Польша	1 299 277	835 427	-36%	Сербия	44 299	38 299	-14%
Монголия	279 681	415 524	49%	Норвегия	38 179	34 093	-11%
Эстония	262 858	309 491	18%	Вьетнам	20 551	30 011	46%
Литва	173 541	188 441	9%	Турция	193 592	29 058	-85%
Республика Корея	115 772	137 876	19%	Бразилия	29 568	23 367	-21%
Иран	38 042	65 499	72%	Куба	8 473	19 511	130%
Дания	18 509	15 967	-14%				

По статистическим данным таблицы наблюдается тенденция к уменьшению туристических въездов на территорию РФ. Граждане большинства из приведенных стран с течением времени стали меньше посещать нашу страну. Существенно сократилось число приезжающих из Турции, активному туробмену с которой мешают и политические противоречия.

Отсутствие должного сервиса сказывается на оттоке гостей из стран Еврoзоны, которые привыкли к высококачественному обслуживанию и инновациям в сфере гостиничного бизнеса. Решить эту проблему поможет модернизация всей туристической индустрии в России, однако за короткий срок осуществить такую задачу нашему государству окажется не по силам.

Однако не угасает актуальность поездок в Россию среди китайского населения, спустя год, они все так же распространены. То, что Россия и Китай являются странами-соседями, является определяющим фактором для высокой популярности туристических поездок в РФ. Кроме того, на всей Российской-Китайской границе на протяжении многих лет ведется активный культурный обмен, что делает путешествия более легкими в психологическом плане.

Таблица 3

**Количество поездок граждан стран ближнего зарубежья с целью туризма на территорию РФ [3]**

Страны	2015	2016	Изменение в %
Украина	6 648 424	6 805 238	2%
Казахстан	3 840 567	2 771 820	-28%
Азербайджан	619 585	690 403	11%
Узбекистан	602 605	521 783	-13%
Армения	406 420	459 593	13%
Таджикистан	332 999	362 618	9%
Республика Молдова	359 079	302 287	-16%
Абхазия	308 626	299 340	-3%

Киргизия	266 941	293 132	10%
Южная Осетия	85 595	81 097	-5%
Грузия	32 974	46 341	41%
Туркмения	2 390	7 912	231%

Исходя из данных, приведенных выше, можно сделать вывод, что уменьшился туристический поток населения из бывших республик СССР в нашу страну. Интерес к поездкам существенно сократился у жителей Казахстана, а наибольший рост въездных туристических поездок в Россию был и остается из Украины. Незначительное сокращение посещаемости гражданами ближнего зарубежья может быть связано с потерей интереса современных жителей стран СНГ к своей исторической родине.

Россия располагает огромными возможностями для привлечения туристов. Этому способствует наличие разнообразных природно-климатических зон, богатое культурно-историческое прошлое страны, а также большие малоосвоенные территории, где сохранилась дикая природа. Таким образом, в РФ выделяют 13 туристических зон: Западная, Северо-Западная, Центральная, Южно-Русская, Поволжская, Уральская, Приазовско-Черноморская, Кавказская, Обско-Алтайская, Енисейская, Байкальская, Дальневосточная и туристическая зона «Российский север».

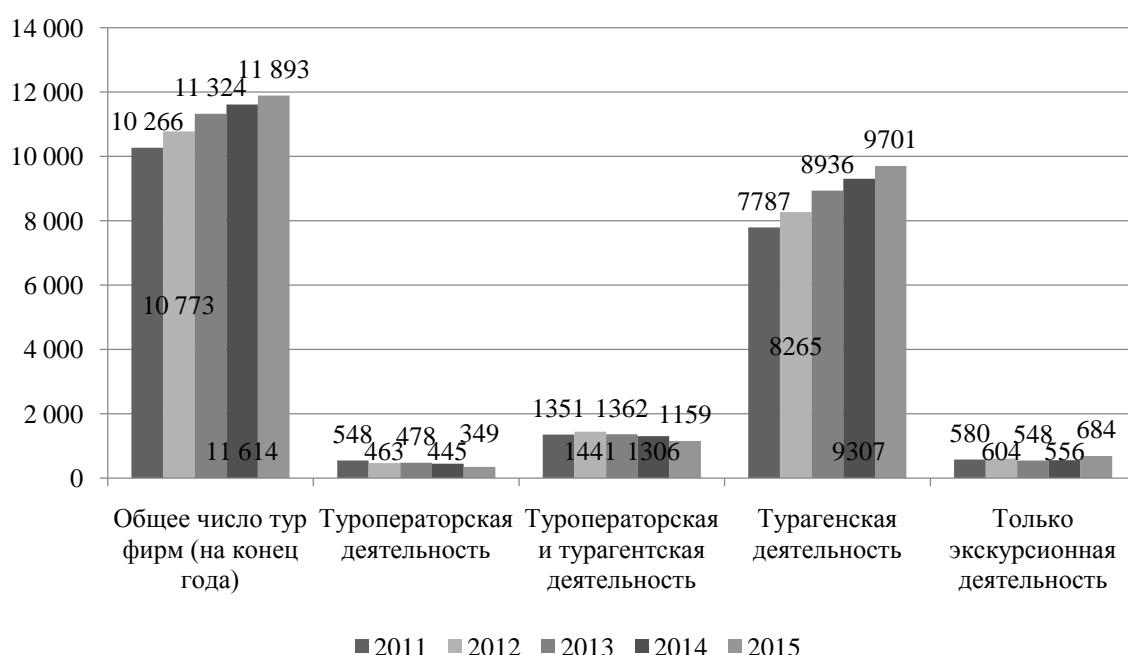


Рис. 1. Показатели деятельности турфирм, 2011–2015 гг. [3]

Статистические данные Росстата указывают на ежегодный рост числа туристических фирм. С 2011 по 2015 гг. их количество возросло на 1627. Это, прежде всего, связано с конкуренцией на рынке туристских услуг и с обязанностью туроператоров разрабатывать новые направления в туризме. Наиболее востребованной является турагентская деятельность, за ней идёт совокупность туроператорской и турагентской. Падение платежеспособности населения приводит к уменьшению интереса к туризму. Большинство мелких турфирм с трудом удерживают свои позиции на рынке туристической индустрии, т.к., на фоне своих успешных партнёров они не обладают достаточным опытом ведения подобного рода бизнеса.

В заключении стоит отметить, что значимость и популярность туризма, как для социальной сферы, так и для экономической, возрастает, с каждым годом совершенствуясь и утверждаясь за пределами России. Туристическая индустрия в РФ имеет такую специфику развития, которая присуща постиндустриальной стадии формирования государственности.

В последние годы разрабатываются комплексные программы государственной поддержки сфер внутреннего и внешнего туризма, включающие разработку инфраструктуры, увеличение привлекательности туризма, как со стороны россиян, так и со стороны потенциальных туристов из-за границы.

#### Литература

1. Лесков А.С. Перспективы развития туризма в современных условиях [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://econf.rae.ru/pdf/2011/02/185c29dc24.pdf> (дата обращения: 15.02.2017).

2. Иваненко М.А., Ковтун О.И. Проблемы качества образования как форма проявления оппортунистического поведения преподавателей высшей школы // Проблемы экономической науки и практики: сб. научных трудов / под ред. С.А. Филатова; Новосиб. гос. ун-т экономики и управления. – Вып. 2. Новосибирск: НГУЭУ, 2016. С. 61–70.
3. Ростуризм [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.russiatourism.ru> (дата обращения: 18.02.2017).
4. Руди Л.Ю., Ключева И.С. Система заселения как характеристика жилищных условий населения: некоторые тенденции в г. Новосибирске // Экономика и социум. Выпуск № 1(14) (январь-март). 2015. С. 421–425.
5. Число въездных туристических поездок [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.gks.ru> (дата обращения: 16.01.2017).

УДК 519

**А.Н. Крупина, студент**

*Научный руководитель: О.А. Гражданкина, канд. экон. наук, доцент  
г. Барнаул, Алтайский государственный университет*

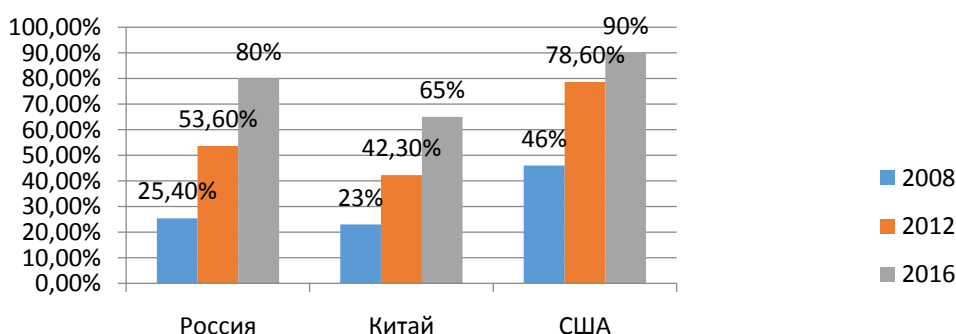
## ПРИМЕНЕНИЕ СТАТИСТИЧЕСКИХ МЕТОДОВ ПРИ ИССЛЕДОВАНИИ КИБЕРПРЕСТУПЛЕНИЙ В МИРОВОМ ПРОСТРАНСТВЕ

Современные информационно-компьютерные технологии – величайшее достижение человечества. В них заложена колоссальная энергия созидания, обеспечивающая поступательное движение общества вперед. С точки зрения позитивных достижений в обществе вопрос с информационными технологиями абсолютно ясен. Они внедряются в жизнедеятельность людей невиданными темпами и в огромных масштабах.

Глобальная сеть Интернет обеспечивает дешевую и простую коммуникацию для всех ее участников. Современные изобретения и технологии в свою очередь превратили Интернет в развитую инфраструктуру, которая способна охватить все информационные центры, мировые библиотеки, базы данных научной и правовой информации, многие государственные и коммерческие организации, биржи и банки.

Несмотря на то, что общее количество пользователей в глобальном плане растет, разница между уровнем доступа к Сети в странах разная.

Среди таких стран как: Россия, Китай и США в 2016 году, в среднем 67% населения заявили, что они либо используют интернет время от времени, либо пользуются смартфоном, эти респонденты автоматически причисляются к категории интернет-пользователей.



**Рис. 1. Удельный вес интернет-пользователей в возрасте от 16 лет, за 2008–2016 гг.**

У США за исследуемый период виден существенный прирост данного показателя на 44%. США стоит на первом месте тогда и сейчас по численности интернет пользователей.

Видно, что во всемирной паутине интернет из-за демократической позиции китайских пользователей мало, и показатели увеличились на 42%.

Также по графику видно, что Россия стремительно растет по статистике интернет-пользователей, и удельный вес составляет 54,6%.

Следует отметить, что данные показатели с каждым днем растут. Так как из 7,2 млрд людей на Земле – ежедневно интернетом пользуется больше 3 млрд людей [4].

Информационные технологии стали широко использоваться и в деструктивных целях. В последние годы отмечается рост количества преступлений, связанных с нарушением информационной, компьютерной безопасности на самых различных уровнях мировой общественной иерархии.

Мошенничество в интернете – это огромная проблема для современного мира. Дело в том, что компьютеры и всемирная паутина становятся основными источниками хорошего дохода людей. Таким образом, мошенники используют разные ходы, и могут быстро и без затруднений лишить жертву собственных электронных денег.

По данным международной службы по обеспечению безопасности в области киберугроз Symantec Security, «каждую секунду в мире подвергаются кибератаке 12 человек, а ежегодно в мире совершается около 556 млн киберпреступлений, ущерб от которых составляет более 100 млрд дол. США.

Давайте посмотрим, с чем можно столкнуться и как не напороться на обман в интернете.

Таблица 1

#### Виды кибермошенничества в интернете

1.	Интернет-банкинг	Это кража данных банковской карты с помощью: - Скимминг (с использование различных устройств) - Кардинг (информацию берут со взломанных серверов интернет-магазинов, платежных и расчётных систем) и др.
2.	Фишинг	Самое актуальное на сегодняшний день информационное преступление. Это разновидность компьютерного мошенничества. Суть фишинга заключается в том, что киберпреступники (их также называют фишерами) стремятся посредством компьютерных технологий завладеть личными данными обычных людей (пользователей интернета) и, используя эти данные, завладеть средствами пользователей.
3.	Хищение электронных денег	Сегодня все большее количество пользователей интернета заводят себе электронные кошельки. Один из видов мошенничества заключается в том, что Вам на e-mail приходит письмо о том, что Ваш кошелек заблокирован и необходимо перейти по какой-либо ссылке и ввести персональные данные.
4.	Интернет-магазины	Магазины, которые просят предоплату за товары. Причем, о данных интернет-магазинах в сети либо нет никакой информации, либо большое количество негативных отзывов. После внесения предоплаты магазин перестает выходить с Вами на связь. Вы остаетесь без денег и без товара. Подобной схемой пользуются зачастую магазины-однодневки, имеющие некачественный сайт в сети интернет без информации о самом магазине либо магазины в социальных сетях (ВКонтакте, Одноклассники, Инстаграмм и др. ).

Из таблицы видно, какие киберпреступление в данное время самые опасные. А теперь рассмотрим каждый [3].

Кредитные и дебетовые пластиковые карты следует отличать от «электронных денег», поскольку, в отличие от последних имеют жесткую привязку к банковскому счету.

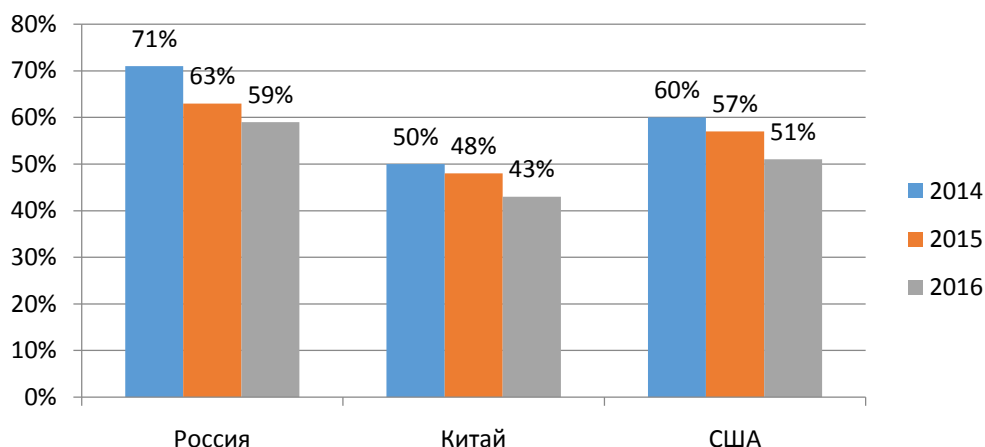


Рис. 2. Статистика пострадавших от интернет-банкинга

Хоть и на 12% статистика упала, но Россия стала лидером в мире по росту мошенничества с банковскими картами в 2016гг. На втором месте держится США с разностью в 9%. У Китая в 2016 г. по сравнению с 2014, пострадавших стало меньше на 8%. Чаще всего у юридических лиц происходит хищение в интернет-банкинге.

Так же стало известно, что большинство людей, которые побывали за границей в этом году могут получить сообщение: «Ваша карта заблокирована». О том, что реквизиты стали огромной базой данных электронных мошенников, ЦБ сообщил Interpol. Было скомпрометировано более тысячи счетов с помощью скименга. Преступники внедрили в европейский банкоматы свои считывающие устройства.

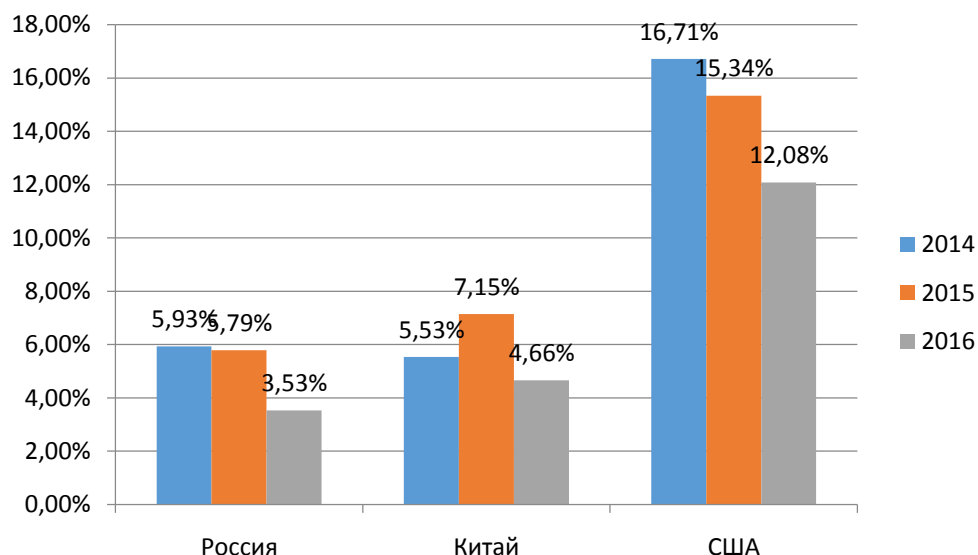


Рис. 3. Источники спама в мире, 2015–2016 гг.

Видно, что за три года Америка сохранила за собой первую позицию среди стран – источников спама в мире, хоть и статистика уменьшилась на 4,63%. В Китае виден скачок в 2015 году по сравнению с 2014 и 2016 годами. У России с каждым годом показатель падает и достигает 3,53% [4, с. 7].

Чтобы совершать различные операции с электронными деньгами, необходимо использовать какую-либо платежную систему.

Таблица 2

Электронные платежные системы	
Страны	Электронные платежные системы
Россия	«Яндекс.Деньги» и «WebMoney» 80% «PayPal», и «Moneybookers», и «Qiwi» и др. 20%
Китай	«Alipay» 46,6% «Tenpay» и «PayPal» и «UnionPay» и др. 53,4%
США	«PayPal» и «WebMoney» 70%

Помимо таких платежных систем, которые отслеживают, существуют такая валюта, как «биткоин». Это новое поколение децентрализованной цифровой валюты, созданной и работающей только в сети интернет. Никто не контролирует ее, эмиссия валюты происходит посредством работы миллионов компьютеров по всему миру, используя программу для вычисления математических алгоритмов. Именно в этом заключается суть биткоина. Эта валюта чаще всего используется для незаконных покупок, таких как оружие, наркотические средства и для обналичивания нелегальных доходов и др.

Можно уверенно сказать, Китай занимает первое место по обороту биткоинов, на сегодняшний день, по данным, порядка 60% обменных операций осуществляется на китайских биржах (в марте 2015 года этот показатель достигал 80%). Для сравнения, обменные операции в направлении биткоин-доллар занимают около 29% в общей доле мирового оборота, а обмен в направлении биткоин-евро – порядка 6%.

Хоть и в России эта валюта не запрещена, но Минфин продолжает настаивать на запрете эмиссии любой негосударственной валюты в России, поскольку это противоречит Конституции страны.

А в США власти предложили приравнять биржи биткоинов к реальным биржам.

Сейчас очень распространено делать покупки в интернете, но мы даже и не задумываемся, какие риски существуют, когда мы тратим деньги в интернет-магазине.

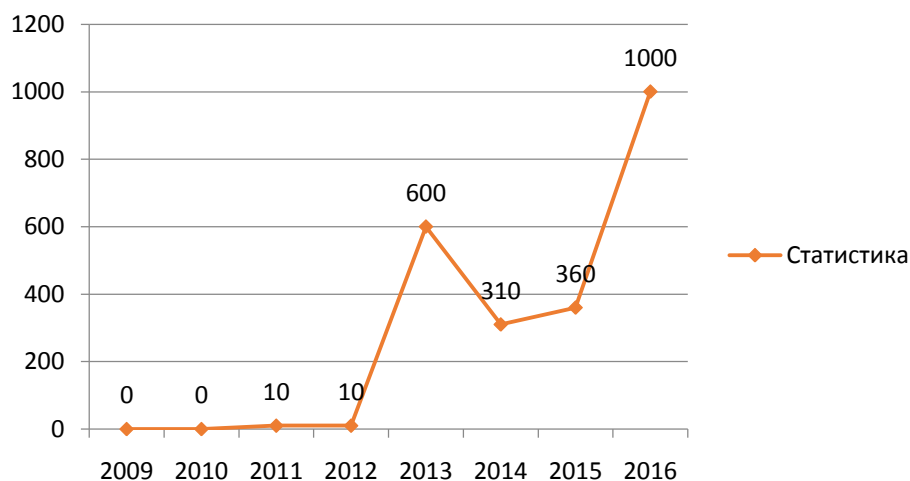


Рис. 4. Статистика курса биткоина 2008–2016 гг.

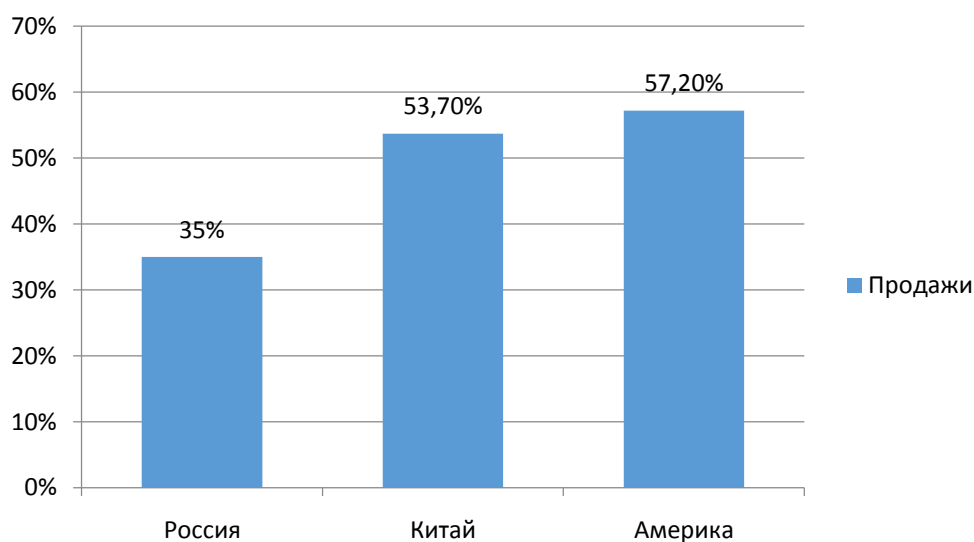


Рис. 5. Статистика пострадавших от покупок в интернет-магазинах за 2016 гг.

На графике видно, что наибольший процент пострадавших находится в Америке 57,20%, недалеко уходит Китай его удельный вес 53,7%. А наименьший 35% у России.

Рынок кибермошенничества растет с каждым днем и объем потерь от мошенников увеличивается.



Рис. 6. Объем рынка интернет-мошенничества за 2012–2015 гг. в млн долл.

Из диаграммы видно, как многие показатели уменьшились. Больше всего заметно это по интернет-банкингу, он снизился на 163 млн долл. Второе место занимает обналичивание нелегальных доходов, по сравнению с 2012 годом этот показатель уменьшился на 28 млн долл. Остальные показатели незначительно изменились [1, с. 1].

Таким образом, киберпреступность в мировом пространстве порождает ряд проблем:

- Иногда сами клиенты банков игнорируют меры предосторожности и поддаются на уловки мошенников;
- Распространение заманчивых предложений при помощи писем от незнакомых людей. Помните, уважающие себя, добросовестные организации и компании не используют спам в своей деятельности;
- 70% интернет-пользователей определяющим критерием выбора онлайн-магазина считают более низкую по сравнению с другими магазинами цену товаров. В связи с этим злоумышленники создают поддельные сайты или группы в социальных сетях, где предлагают товары по низким ценам;
- Многие люди даже не задумываясь заходят на всевозможные сайты и не подозревают, что спам и трояны захватывают их личную информацию;
- Среди остальных видов киберпреступлений все большие обороты набирают преступления террористической и экстремистской направленности в сети Интернет [1; 2; 5].

При интернет-мошенничествах нужно обращать внимание:

- не отправлять смс на короткие номера или делать это очень осторожно, проверив истинную стоимость смс;
- с какой антивирусной программой работает ваш компьютер;
- стараться делать сложные пароли на сайтах, где хранятся важные сведения и деньги;
- хранить пароли в недоступном месте, либо пользоваться специальным менеджером паролей.

Проведённое исследование показало, что нужно сделать следующие выводы. С учетом всей сложности и опасности киберпреступлений необходима выработка совместных действий ученых-юристов, прежде всего законодателей, и, конечно же, специалистов в области компьютерных информационных технологий, направленных на борьбу с преступлениями в глобальных информационных сетях.

#### Литература

1. Болотин А.И. Мошенничество в электронных платежных системах / А.И. Болотин // Вестник академии. 2016. № 1. С. 77–80.
2. Карпова, Д.Н. Киберпреступность: глобальная проблема и ее решение / Д.Н. Карпова // Власть. 2014. № 8. С. 46–50.
3. Номоконов, В.А. Киберпреступность как новая криминальная угроза / А.В. Номоконов, Т.Л. Тропина // Криминология: вчера, сегодня, завтра. 2012. № 24. С. 45–55.
4. Хачатурова, С.С. Осторожно, фишинг! / С.С. Хачатурова, Ю.П. Жихарева // Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований. 2016. № 44. С. 793–795.
5. Якимова Е.М. Международное сотрудничество в борьбе с киберпреступностью / Е.М. Якимова, С.В. Нарутто // Всероссийский криминологический журнал. 2016. Том 10. № 2. С. 369–378.



**РАЗВИТИЕ МАЛОГО И СРЕДНЕГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В РОССИИ**

Малый бизнес является одним из важнейших факторов социально-экономического развития нашей страны.

Одним из главных направлений государственной политики является развитие малого и среднего предпринимательства (МСП), так как оно не требует больших вложений, может быстрее и дешевле перевооружаться и внедрять современные инновационные разработки [1].

На данный момент в России действует около 6,2 млн субъектов малого и среднего предпринимательства, обеспечивающих занятость 25% населения и создающих около 21% валового внутреннего продукта страны.

Таблица 1

**Количество малых и средних предприятий в Российской Федерации за 2012–2016 гг., тыс. ед.**

	<b>2012</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>
Малые предприятия	243,1	234,5	235,6	242,7	267,7
Средние предприятия	13,8	13,7	13,7	14,9	15,7
Микропредприятия	1759,9	1828,6	1868,2	2285,2	2900,1
Индивидуальные предприниматели	2602,3	2499,0	2413,8	2894,0	3037,9
Всего	4619,1	4575,8	4531,3	5436,8	6221,4

Как следует из таблицы 1, за 2012–2013 годы количество малых предприятий уменьшилось (на 8,6 тыс. ед.). Данные с 2013 года свидетельствуют о ежегодном увеличении количества субъектов малого бизнеса.

Количество предприятий среднего бизнеса на протяжении трех лет оставалось практически неизменным, но с 2014 года замечен существенный рост.

Количество микропредприятий в течение 2012–2016 годы увеличилось на 64% (1140,2 тыс. ед.).

В период с 2012 по 2014 год происходит уменьшение индивидуальных предпринимателей, но уже с 2015 года их количество значительно растет.

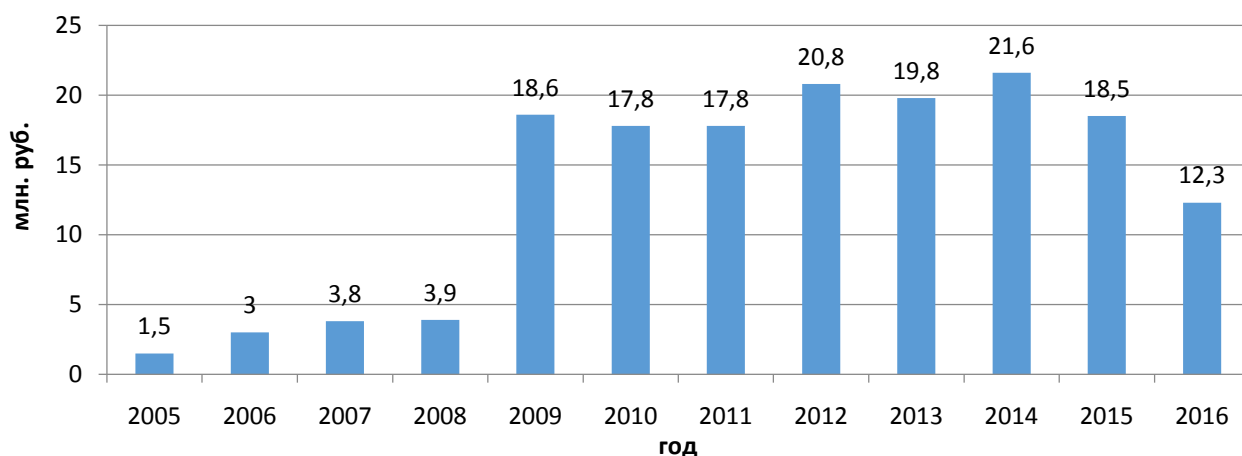
В итоге за 5 лет количество малого и среднего бизнеса увеличилось на 1602,3 тыс. ед. (или на 34,7%).

Министерство экономического развития Российской Федерации реализует программу поддержки малого и среднего бизнеса с 2005 года. В настоящий момент программа реализуется в соответствии с постановлением Правительства Российской Федерации от 30 января 2014 года № 1605 «О предоставлении и распределении субсидий из федерального бюджета бюджетам субъектов Российской Федерации на государственную поддержку малого и среднего предпринимательства, включая крестьянские (фермерские) хозяйства».

В рамках данной программы средства целевым образом на конкурсной основе распределяются между регионами на реализацию мероприятий, предусмотренных региональными программами развития малого и среднего бизнеса [5].

В реализации программы задействованы все регионы страны.

Общий объем финансирования малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации представлен на рисунке.



**Рис. 1. Объем средств федерального бюджета, направленных на программу, млн руб.**

Следует отметить, что в последние годы уровень государственной поддержки снизился.

Целью развития малого и среднего бизнеса в России является увеличение государственной поддержки до уровня стран с наиболее развитой экономикой и сектором малого и среднего бизнеса.

Например, в Европейском союзе (ЕС) пытаются сделать бизнес более конкурентоспособным и содействуют созданию рабочих мест и экономическому росту путем создания благоприятной для бизнеса среды, особенно для малых предприятий.

Поскольку МСП составляют 98% предприятий и 67% рабочих мест, они являются ключевым фактором экономического роста, инноваций, занятости и социальной интеграции в Евросоюзе.

Поэтому Европейский союз поощряет успешное предпринимательство и улучшает деловую среду следующими путями:

- 1) устранение барьеров в торговле и избегание создания новых;
- 2) создание рабочих мест;
- 3) создание программ и стратегий по поддержке бизнеса, таких как:
  - a. «Конкурентоспособность малых и средних предприятий» (COSME), действующая с 2014 года;
  - b. стратегия «Малый бизнес, большой мир», направленная на внедрение нового динамизма в европейскую экономику, помогая расширить малый бизнес за пределами ЕС;
  - c. создание сети предприятий по поддержке бизнеса и инноваций для МСП в Европе и распространение ее на Азию, Северную Африку и Америку. Эта сеть помогает МСП понять законодательство ЕС и предоставляет программы поддержки и услуги интернационализации в 54 странах через 600 региональных партнеров. Он помогает МСП обеспечить финансирование и предоставляет обзоры бизнеса и технологий, а также консультативные услуги;
  - d. создание кластеров и бизнес-сетей: кластеры представляют собой группы специализированных предприятий в других вспомогательных субъектах в определенном месте, которые тесно сотрудничают друг с другом;
  - e. создание программы по обмену, которая дает предпринимателям возможность учиться у опытных владельцев малых предприятий в других странах ЕС;
- 4) предоставления предпринимательского образования.

Также важным приоритетом является содействие доступу малого и среднего предпринимательства к финансам. Европа обеспечивает финансирования для МСП через структурные фонды, научно-исследовательские, инновационные программы и микрофинансирование, а также кредиты от Европейского инвестиционного банка.

Политикой Евросоюза для малого и среднего предпринимательства является закон о малых предприятиях. В основе данного закона лежит принцип «Сначала подумайте о маленьких» (Think small first). Это ставит МСП на первый план в разработке политики и помогает обеспечить поддержку со стороны государства.

Стоит отметить, что в России также принято много мер по поддержке МСП. В соответствии с Федеральным законом «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» от 24.07.2007 № 209-ФЗ оказываются следующие виды поддержки:

- 1) финансовая поддержка (ст. 17);
- 2) имущественная поддержка (ст. 18);
- 3) информационная поддержка (ст. 19);

- 4) консультационная поддержка (ст. 20);
- 5) поддержка субъектов малого и среднего предпринимательства в сфере образования (ст. 21) и другие виды поддержки, указанные в законе.

Также с 2016 года Росмолодежью осуществляются мероприятия по развитию молодежного предпринимательства в рамках подпрограммы «Развитие малого и среднего предпринимательства» государственной программы Российской Федерации «Экономическое развитие и инновационная экономика».

#### Литература

1. Вершинина А.П. К вопросу об оценке развития малого бизнеса в Алтайском крае // Вестник Алтайской академии экономики и права. 2014. С. 35–39.
2. Виленский В.А., Лылова О.В. Поддержка малого и среднего предпринимательства в Японии: опыт для российских регионов // Global economics. С. 33–48.
3. Гражданкин В.А. Становление и развитие малого предпринимательства в России // Экономика. 2009. № 2.
4. О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации: Федеральный закон от 24.07.2007 № 209-ФЗ (ред. от 03.07.2016) [Электронный ресурс]. Режим доступа: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_52144](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_52144) (дата обращения: 12.02.2017).
5. Федеральные программы поддержки малого и среднего предпринимательства [Электронный ресурс] // Федеральный портал малого и среднего предпринимательства. Режим доступа: <http://smb.gov.ru/measuresupport/programs/celved> (дата обращения: 14.02.2017).
6. A new industrial revolution: Enterprise [Электронный ресурс]. Режим доступа: [http://europa.eu/european-union/topics/enterprise\\_en](http://europa.eu/european-union/topics/enterprise_en) (дата обращения: 11.03.2017).

УДК 338.47

**В.А. Меденко, студент**

Научный руководитель: И.С. Ключева, ст. преподаватель  
г. Новосибирск, Новосибирский государственный университет экономики и управления

### РЫНОК ЭКСПРЕСС-ДОСТАВКИ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

В условиях нестабильности современной экономики особо актуальной становится проблема адаптации российских предприятий и других экономических субъектов к сложившейся ситуации. Данный процесс невозможен без обеспечения и поддержания достойного уровня технического развития бизнеса [1].

Экспресс-доставка – это доставка грузов документарного и не документарного характера, которая осуществляется в течение 1–4 дней. Исходя из рис.1 видно, что доставка курьером, самовывоз и доставка почтой России пользуются наибольшей популярностью, чем служба экспресс, но в 2014 замечен спад доставки курьером на 9%, самовывоз на 1%, а вот доставка почтой России возросла на 2%, хоть служба экспресс доставки не столь популярна, но в 2014 году она выросла с 14 до 15%.

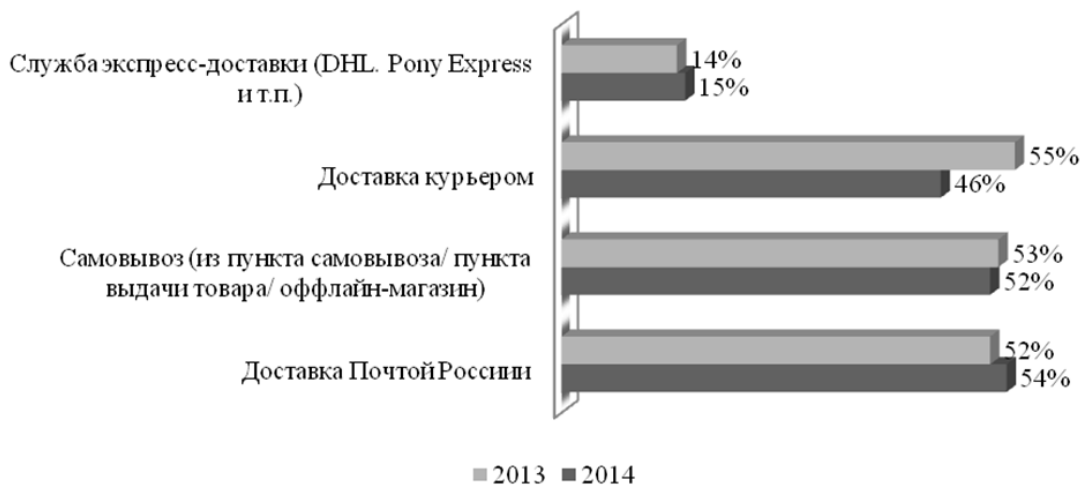


Рис. 1. Способы доставки [2]

Рынок экспресс-доставки представляет собой часть рынка транспортно-логистических услуг. Согласно принятой в Европе классификации, основными сегментами рынка транспортно-логистических услуг являются:

- грузоперевозки и экспедиторские услуги;
- комплексные логистические услуги, включающие услуги по хранению и дистрибуции товаров;
- управленческая логистика, в том числе услуги по оптимизации логистических бизнес-процессов.

В России основную долю рынка транспортно-логистических услуг составляют грузоперевозки [3].

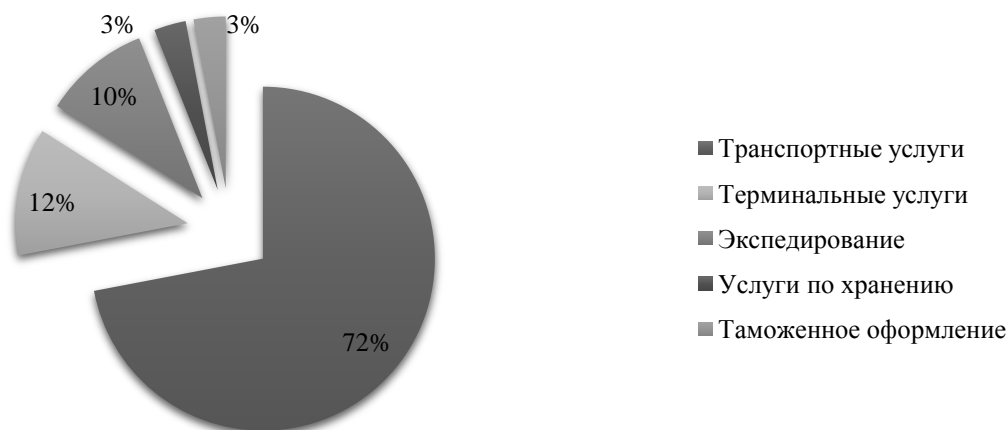


Рис. 2. Объем и структура рынка услуг перевозок груза

Из графика видно, что чаще всего пользуются транспортными услугами, которые составляют 72%, иногда используют терминальные услуги (12%) и экспедирование (10%), и реже всего пользуются услугами хранения и таможенным оформлением, которые составляют 3%.

Мировой рынок экспресс-доставки оценивают в 216 млрд долларов, российский рынок экспресс-доставки составляет лишь 0,5% от мирового. Лидер мирового рынка экспресс-доставки – немецкая компания DeutschePost DHL, доля которой составляет 32%. В 2014 году выручка компании достигла 69 млрд долларов. Далее – компании UPS и FedEx с долями рынка 27% и 21% соответственно. В совокупности лидеры составляют 80% рынка.

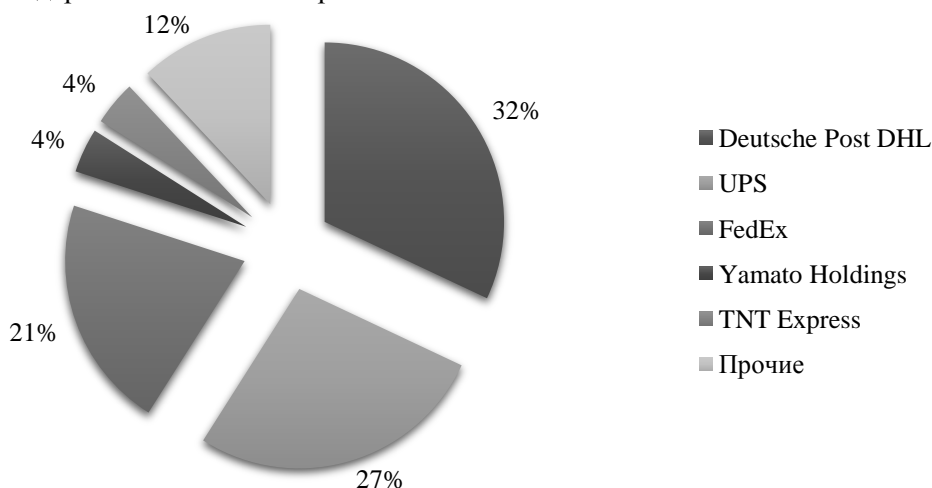


Рис. 3. Структура мирового рынка экспресс-доставки, 2014 г.

Согласно данным, в 2013 году наибольшая доля российского рынка экспресс-доставки принадлежит компании DHL. Также заметными игроками согласно данной оценке являются DPD, PonyExpress, EMS Почта России, MajorExpress и SPSR Express.

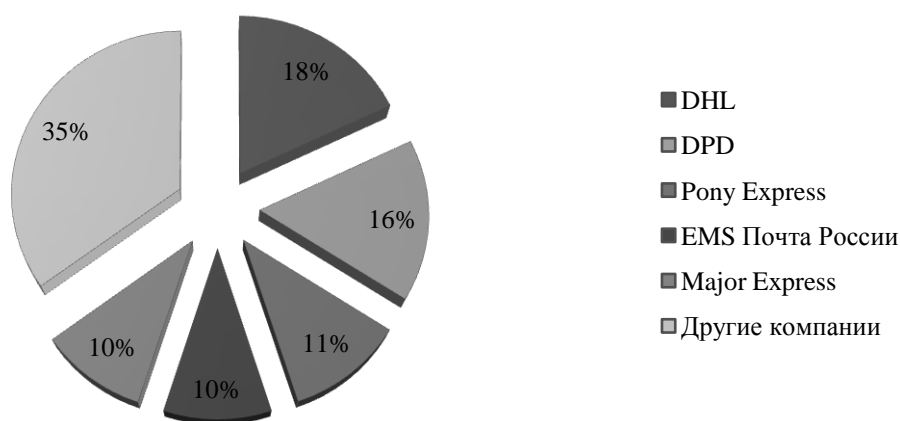


Рис. 4. Структура рынка экспресс-доставки в РФ, 2013 г. [4]

В Российской Федерации часто используют экспресс-доставку, больше всего используют доставку DHL (18%), второе место занимает DPD компания (16%), третье Pony Express (11%), четвертое и пятое EMS и Major Express (10%) [3].

По итогам 2015 г. мировой рынок экспресс-доставки вырос на 12% и составил 242 млрд долл. Среднегодовой темп роста в 2011–2016 гг. составил 0,6%. В отрасли присутствует более 581 тыс. компаний и работает более 2,4 млн человек. Основным стимулом роста рынка является развитие электронной коммерции.

В последние четыре года в России рынок экспресс-доставки стабильно растет, поэтому объем рынка с 2011 года рынок вырос в 1,7 раза и в 2014 году составил 52 млрд рублей. Российский рынок экспресс-доставки также, как и мировой, все больше зависит от интернет-торговли. В качестве еще одной причины роста можно отметить выход на рынок новых предприятий, которые специализируются на логистическом аутсорсинге для интернет-магазинов. Несмотря на сокращение темпов роста, в 2015 году объем рынка достиг 55,6 млрд рублей. Среднегодовой темп роста в 2011–2014 гг. составил 19,3%.

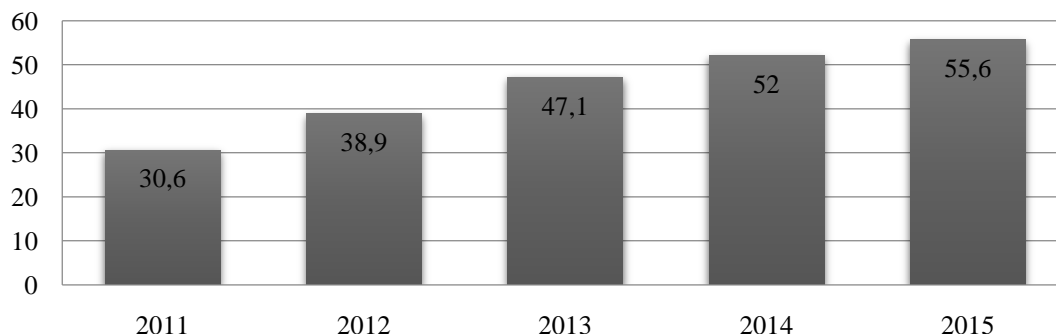


Рис. 5. Объем рынка экспресс-доставки в РФ, млрд рублей.

Однако темпы роста рынка значительно сократились. Если в 2011–2012 годах темпы роста составляли порядка 27%, то в 2014 году они сократились до уровня 10,5%. Эксперты J'son&Partners Consulting ожидают дальнейшего снижения темпов роста рынка в 2015 году, связанного с экономическими шоками и пониженной покупательной способностью населения [3].

#### Литература

1. Ключева И.С., Крымская О.Н. Технопарки РФ: сравнительный анализ // Вестник науки и творчества. – М., 2016. – № 8 (8). – С. 70–78.
2. Популярность он-лайн торговли [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.outdoor.ru> (дата обращения: 14.03.2017).
3. Рынок экспресс-доставки в Российской Федерации, итоги 2015-2016 [Электронный ресурс]. – URL: <http://json.tv> (дата обращения: 13.03.2017).
4. Состояние и перспективы российского рынка экспресс-доставки [Электронный ресурс]. – URL: <http://shoptema.ru> (дата обращения: 14.03.2017).

## **ДОМАШНЕЕ ХОЗЯЙСТВО В СОВРЕМЕННОЙ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ СИСТЕМЕ**

В современных динамично развивающихся условиях рынка огромное влияние оказывают на макро- и микроэкономические процессы такие субъекты экономики, как домашние хозяйства. От деятельности таких экономических агентов зависит не только благосостояние отдельной хозяйственной единицы, но и обеспеченность всей страны в целом.

Несмотря на различные исследования экономистов и социологов, экономическое поведение домашних хозяйств остаётся одним из наименее исследованных субъектов рынка, поэтому данная тема является актуальной и требует своего рассмотрения и изучения.

Так, под домашним хозяйством следует понимать потребительскую экономическую единицу, которая включает одного или несколько лиц (то есть семей), самостоятельно принимающая решения, она является собственником каких – либо факторов производства, обеспечивает экономику ресурсами, участвует в движении денежных потоков в экономике, тем самым формируя потребительские расходы и сбережения [3, с. 288].

Другими словами, домашнее хозяйство представляет собой лицо или объединение лиц, которые совместно проживают на одной территории и ведут совместный бюджет, они объединяют всех наемных работников, владельцев крупных и мелких капиталов, земли, ценных бумаг, которые заняты и не заняты в общественном производстве. Понятие «домохозяйство» более широкое, нежели понятие «семья». Так, отличительной чертой домохозяйств является их состав: они включают в себя не только родственников, а также могут состоять из одного, двух и более членов.

Фактическое потребление домашних хозяйств России состоит из покупки товаров и услуг, поступления товаров и услуг в натуральной форме, социальных выплат из государственных и муниципальных бюджетов и благотворительных фондов.

Одной из важнейших и ключевых функций домашних хозяйств является то, что они занимаются экономической деятельностью, которая приносит доход в виде получения прибыли от реализации факторов производства. Домашнее хозяйство также выступает основным потребителем материальных благ и услуг, поэтому представляет главную силу в общественном производстве и распределении товаров и услуг.

При осуществлении своей жизнедеятельности домашние хозяйства выполняют различные финансовые операции с коммерческими организациями, выступающими в качестве работодателя и распределяющими часть произведенного валового внутреннего продукта между работниками. Однако за полученные товары и услуги домохозяйства возвращают деньги предприятиям, а также могут выступать инвестором, вкладывая свои деньги в бизнес. Домашние хозяйства также взаимодействуют с государством. Так, между данными субъектами постоянно происходит движение денежных потоков: домашние хозяйства, продавая государству товары и услуги собственного производства, получают доход. Ко всему прочему, государство осуществляет социально – экономическую политику, направленную на финансовое стимулирование и обеспечение определенных категорий граждан. Такая социально – экономическая политика выражается в уплате трансфертов – денежных средств, безвозмездно перемещающихся от государства к домашним хозяйствам. Отношения между государством и домашними хозяйствами могут исходить не только от органов власти. Финансовые отношения с государством возникают у домашних хозяйств при уплате налогов, сборов, пошлин и отчислений в бюджет и во внебюджетные фонды. Внебюджетные фонды, в свою очередь, выплачивают домашним хозяйствам пенсии, пособия и другие выплаты социального характера [4, с. 27].

Одним из главных субъектов, с которыми сталкиваются домашние хозяйства, являются коммерческие банки. Этот процесс подразумевает под собой привлечение потребительских кредитов, их погашение, а также размещение временно – свободных денежных средств на банковских счетах и депозитах.

В разные исторические эпохи в зависимости от характера отношений менялись место и роль, структура и функции, величина и устойчивость, права и ответственность, положение в обществе и экономический статус домашнего хозяйства [1, с. 8].

Впервые о домашних хозяйствах упоминается в работах древнего афинского мыслителя Ксенофота (430–355 гг. до н.э.), где он изложил прикладные экономические вопросы, а также знания по агротехнике выращивания зерновых и основы садоводства. Данное понятие также затрагивает и Аристотель в своих трудах, он вводит термин «экономика». Как синоним домохозяйства, и как специальная наука «экономика» Аристотеля, отражала организацию хозяйственных операций, распределительные, в том числе рыночные отношения с другими домашними хозяйствами, а также с другими формами хозяйственных ячеек того общества, храмовыми хозяйствами и государственным хозяйством. Основной целью домашнего хозяйства, по мнению Аристотеля, являлось приобретение богатства [2, с. 11].

В постиндустриальном обществе изменился характер экономических отношений, а также роль человека в современной хозяйственной системе. Современное домохозяйство характеризуется неоднородностью, сложностью, динамизмом, протекающих в нем процессов.

Процесс деятельности человека становится более интенсивным и комплексным, поэтому с достижениями технологического процесса связано изменение основных принципов деятельности домашних хозяйств. Эта трансформация меняет цель приумножения богатства на цель самовыражения, творческую деятельность каждого, кто входит в состав домашнего хозяйства.

На сегодняшний день в России невозможно представить восприятие экономики страны без домашних хозяйств. Так, по данным Росстата насчитывается около 53 млн домашних хозяйств, в том числе 41 млн семей и около 12 млн лиц, не имеющих семьи или утративших связь с нею. Такие статистические данные показывают, что домохозяйства играют большую роль в развитии страны, что доказывает необходимость изучения их места и роли в современной экономике.

Главными особенностями домашних хозяйств в современной рыночной экономике являются:

- 1) обеспечение необходимого уровня потребительского спроса, без которого невозможно функционирование рыночного механизма;
- 2) сбережения домохозяйств служат главным источником инвестирования;
- 3) являются основой для формирования производства и реализации человеческого капитала;
- 4) возможность построить семейный бизнес, что способствует не только увеличению личного благосостояния, но и развитию рыночной экономики в целом.

Важно понимать, что все процессы, происходящие в экономике, наносят свой след на благосостояние своих граждан. В результате изменений, произошедших в экономике, некоторые домохозяйства «расцвели», другие же – оказались на грани выживания. Для решения данной проблемы, на наш взгляд, государство должно принимать меры по улучшению социальных условий в сельской местности с целью привлечения туда населения. А для развития бизнеса домашнего хозяйства, необходимо укрепить институт частной собственности домашних хозяйств, совершенствовать поддержку малого бизнеса, улучшить условия кредитования, а также снизить налоговое бремя.

По нашему мнению, в условиях рыночной экономики ведущая роль среди ее субъектов принадлежит домохозяйствам, которые становятся активными участниками системы экономических отношений общества, расширяя его значимость в решении важнейших социально-экономических проблем. В настоящее время проводимая социально – экономическая политика должна быть направлена, главным образом, на повышение уровня жизни населения России. Достижение такой цели может быть достигнуто только путем привлечения новых экономических ресурсов. Источником таких ресурсов будут выступать, в первую очередь, домохозяйства, имеющие сбережения. Такие накопления – это мощный финансовый капитал, который можно направить на инвестиционную деятельность. Благодаря данным действиям государство сможет пополнить недостающие финансовые ресурсы, что приведет к экономическому росту региона.

#### Литература

1. Глухов В.В. Формы и модели управления финансами в домашнем хозяйстве // Проблемы учета и финансов. 2012. № 1. С. 3–10.
2. Земцов А.А., Осипова Т.Ю. Значение, структура и соотношение персональных и семейных финансов в финансовой системе // Вестник Томского государственного университета. 2013. № 2. С. 135–142.
3. Обществознание: пособие-репетитор / под ред. О.С. Белокрыловой, В.И. Филоненко. – Изд. 20-е – Ростов н/Д.: Феникс, 2014. 479 с.
4. Чумаков Н.А., Стародубцева Ю.Ю. Роль домашних хозяйств в финансовой системе РФ. 2014. 320 с.
5. Чепурко Г.В. Социальная инфраструктура региона и методы оценки эффективности ее развития // Вестник института дружбы народов Кавказа «Теория экономики и управления народным хозяйством». 2012. № 4 (24). С. 32–35.
6. Чепурко Г.В., Дотдугева З.С. Институциональные проблемы эффективного государства // Университетская наука – региону: Материалы III ежегодной научно-практической конференции Северо-Кавказского федерального университета / под ред. Л.И. Ушвицкого, Н.Н. Яковенко; Институт экономики и управления. 2015. С. 206–209.

## **МЕТОДЫ ОТБОРА ПЕРСОНАЛА ДЛЯ ПРЕДПРИЯТИЙ СФЕРЫ ОБСЛУЖИВАНИЯ**

От кадровых служб предприятий требуется квалифицированный подход к отбору персонала для повышения эффективности бизнеса. Многие исследователи обращают внимание на процесс отбора персонала и его адаптацию [1; 3]. Как отобрать персонал так, чтобы процесс соотнесения требований организации к конкретной должности с навыками, умениями и знаниями будущего сотрудника на данную должность. Для выгодного отбора первоначальное значение имеет определение критериев, которые позволят выявить соответствие кандидата вакантной должности. Критерии отбора должны соответствовать данной должности и тем обязанностям, которые предстоит выполнять претенденту в дальнейшем. На этом основании установленные критерии должны обеспечивать безошибочность, буквальность и устойчивость результатов.

К таким критериям можно отнести следующие:

### **1. Для всех должностей:**

- Истинность. Истинность критериев это те критерии отбора, которые должны соответствовать содержанию работы и требованиям к соответствующей должности, на которую производится отбор. Если при отборе используются критерии, обладающие низкой достоверностью, то это может явиться источником ошибок.

- Полнота. Полнота критериев использует при отборе все ключевые характеристики, важные для дальнейшей успешной работы в данной должности. Неполнота критериев отбора может привести к неудовлетворению организации, по нескольким важным рабочим показателям.

- Надежность. Надежность критериев должен обеспечивать точность и устойчивость результатов. Результаты, которые полученные в ходе отбора, не должны быть случайными.

- Различительная способность. Критерии должны легко устанавливать различия между претендентами по значимым характеристикам, которые имеют важнейший фактор для их будущей профессиональной благополучности.

- Необходимость и обеспеченность критериев. Процедуру поиска и отбора претендентов не следует усложнять на заполнение какой-либо вакансии, излишне сокращая число возможных претендентов и не включать в число критериев которые не будут, являются необходимыми и обязательными для благополучной работы в данной должности. Также есть проблема в переобразованности или переобученности претендентов, которая возникает в случае, когда работник имеет слишком высокую квалификацию для данной должности, в то время как его работа требует меньшего. Это может последовать достаточно быстрое снижение его удовлетворенности работой или увольнение работника.

### **2. Для обслуживающего персонала:**

- Физический облик. Приятная, презентабельная внешность; интеллигентность, энергичность

- Знания и навыки. Компетентность в данной должности, уверенный пользователь ПК; Свободное владение английским языком, если этого требует занимаемая должность. Знание специальных программ компьютерного управления.

- Общие способности. Гибкость мышления, интеллектуальная мобильность, внимательность, аналитический склад ума, креативность.

- Специальные способности. Выносливость, стрессоустойчивость. Эрудированность, широкий кругозор.

- Личностные качества. Коммуникабельность, эмоциональная устойчивость, корректность поведения, не конфликтность, чувство юмора.

### **3. Для руководителя:**

- Уровень профессиональной подготовки соискателей. Профессиональный опыт, квалификация, образование, знания.

- Личностные и деловые качества. Общие умственные способности, предприимчивость, ответственность, лидерские качества, командная работа, эмоциональная устойчивость, энергичность, решительность и самостоятельность, необходимые для выполнения задаваемых задач.



- Способность к организации командной работы. Формирование команды, принятие решений в команде, одушевление членов команды на высокие итоги и т.д.
- Моральные качества. Честность, справедливость, человечность, готовность прийти на помощь и т.д.

- Административные способности. Планирование организации работы, поручение, доведение до конца начатого дела, контроль над работой, высокий уровень личной ответственности за доверенную работу и т.д.

- Мотивация труда и трудовые ценности, определяющие поведение на работе. Увлеченность в конечных результатах, уровень самоуважения, тягу к профессиональному и личностному росту, интерес к выполняемой работе и т.д.

- Состояние здоровья. Допускающее напряженно работать на руководящей должности.

- Производительность в работе.

4. Для экономического отдела:

- Уровень подготовленности. У подготовленного бухгалтера должен быть уровень знаний, осведомленности, сноровки в области бухгалтерского и налогового учета.

- Ответственность и дисциплинированность. Бухгалтер не имеет права забывать или терять документы, он должен следить за периодом отчетности. Он должен быть молчаливым, сдержанным человек, не имеющий склонность к разглашению информации.

- Математические способности. Человеку на этой должности постоянно приходится иметь дело с цифрами, вычислениями и ошибка в счете дорого стоит.

- Внимание и хорошая память. Работа с документами требует высокой фиксированности внимания.

- Рациональный самоконтроль. Способность к прицельному контролю над своим поведением.

Когда сформированные критерии отбора будут утверждены руководством предприятия, начинается работа кадровой службы по отбору персонала. Процесс отбора персонала по традиционным методам состоит из нескольких стадий:

- Резюме

- Отборочная беседа

- Профессиональное испытание

- Проверка рекомендаций и послужного списка

- Тестирование.

На первом этапе отбора, при работе с резюме кадровая служба особое внимание обращает на последнюю занимаемую должность. Ее задача, прежде всего, выяснить статус соискателя и причину поиска новой работы [2]. Был ли он отправлен в бессрочный отпуск или был ли он уволен. Сколько он проработал в этой должности, и соответствует опыт занимаемой должности. Затем, на название последней компании. Кадровой службе будет на много легче определить уровень соискателя. И наконец, суммарный опыт.

На втором этапе отбора, основной целью отборочной беседы является оценка уровня образования соискателя, его внешний вид, предпочтений, установок и определяющих личностных качеств.

На третьем этапе отбора, цель профессионального испытания является источником сведений о характере личности, профессиональных способностях и навыках кандидата.

На четвертом этапе отбора, информация рекомендательных писем или бесед с людьми, которых претендент назвал в качестве рекомендателей, позволяют конкретизировать, каким образом претендент добивался успехов на прошлых местах работы.

На пятом этапе отбора, тестирование позволяет вывести психологический образ претендента, его способности к профессиональному и должностному росту, умение сооружать отношения в коллективе, специфику мотивации и индивидуальный стиль поведения.

Процесс отбора персонала по традиционным методам состоит из нескольких стадий:

- Rainteaser-интервью;

- Физиогномику;

- Стресс-интервью;

- Соционику;

- Графологию;

- Изучение отпечатков пальцев.

На первом этапе отбора, такой метод используется при отборе персонала, наиважнейшими качествами которого является творческий подход и наличие аналитических умений. Претенденту дают

задачу на логику или же ему задаётся вопрос, который не касается темы беседы. Ответ претендента должен быть креативным и необычным. Такой метод показывает о его характерном мышлении и способности выходить из границ обычного мышления ради поиска ответа на поставленный вопрос.

На втором этапе отбора, такой метод в основном используется как педагогический, то есть суть метода в ознакомлении черт лица и мимики претенденты. На основе результатов делается вывод о типе личности и способности к анализу, и изобретательные способности. Такой метод рекомендуется использовать только при наличии большого опыта практики у исследователя.

На третьем этапе, такой метод отбора, при котором специально создается нервная, напряженная для претендента обстановка, чтобы вывести его из баланса. Многие, кто прошел такой метод отбора, отзываются о нём, как о самом сложном задании.

На четвертом этапе отбора, такой метод отбора основан на науке, изучающей процесс обработки информации психикой человека, которая поступает из окружающего пространства. Данные таких результатов можно получить с помощью тестов, физиогномических исследований и беседы. Стоит отметить, что такой метод редко используется при отборе персонала.

На пятом этапе отбора, суть такого метода отбора заключается в том, что претендента просят написать любую фразу от руки, а потом испытывают анализу почерк. При таком анализе учитывается нажим, очертания, наклон букв и прочие детали, на основе полученных результатов делается вывод о характере претендента.

На шестом этапе отбора, такой метод представляет собой анализ отпечатка пальца, который у всех разный. Он помогает сформировать характер человека. Кроме этого, есть предположения, что количество завитков свидетельствует о коэффициенте ума человека.

Не многие предприятия находят тот персонал, который подходит им по всем качествам, умениям и навыкам, предъявляемым к данной должности. Использование процесса отбора персонала того или иного метода также зависит от многочисленных факторов. Разные методы персонала помогают собрать информация о кандидате – личностных качеств, фактических, биографического характера, предыдущем профессиональном опыте и его взгляды на предстоящие задачи. Результаты из многочисленных источников, выбранные из различных методов, увеличивают вероятность того, что будущий работник будет обладать всеми качествами и максимально соответствовать установленным критериями отбора.

Существует ряд методов отбора персонала, среди которых наибольшую популярность приобрел традиционный метод. Этот метод позволяет получить более полную информацию о претенденте. Работодатель ещё до встречи с претендентом может понять подходит этот человек на данную должность или нет. По большей части анализ результатов проводит психолог, если он имеется. При полном анализе результатов можно увидеть все недостатки и достоинства претендента.

Не менее значимым методом является нетрадиционный метод. Этот метод набирает обороты, всё больше компаний не ограничиваются собеседованием и изучением резюме претендента. Некоторые компании употребляют к использованию нетрадиционных методов. Претендент, придя на собеседование, не представляет, что его может ожидать на собеседование или сразу после него, иногда такие методы используются вместо традиционных методов отбора.

Сфера обслуживания при отборе персонала испытывает наибольшие трудности, связанные с тем, что сотрудники работают в плоскости «человек-человек» и часто сталкиваются с необходимостью выявить не только профессиональные качества претендента на должность, но и личностные качества.

Так, например, в компании ООО «ВИЗИТ», работающего в сфере обслуживания, за основу отбора принята отборочная беседа и профессиональное испытание. Так руководитель понимает, какая оценка уровня образования кандидата, его внешний вид, предпочтений, установок и определяющих личностных качеств, характер личности, профессиональные способности и навыки кандидата.

Предварительная отборочная беседа, целью которого является оценить общий уровень претендента, его адекватность, внешний вид и определяющие личностные качества, манера разговора, поведение и т.д. В компании ООО «ВИЗИТ» отборочная беседа проводится в несколько этапов.

Этап первый, отсев по электронной почте. Компании приходят заполненные анкеты претендента, например, ФИО, сколько лет, опыт работы и личные качества. Это поможет специалисту по управлению персоналом произвести отбор наиболее подходящих анкет.

Второй этап, предварительный отсев по телефону. Это даст 30–40% претендентов от числа откликнувшихся. При этом специалист по управлению персоналом составляет бланк телефонного интервью, например, имя претендента, номер телефона для связи, 3–5 конкретных вопросов по опыту ра-

боты. Если после заполнения анкеты из десяти вопросов на восемь получены положительные ответы, то такого претендента стоит пригласить на собеседование.

Третий этап, собеседование. На этом этапе специалист по управлению персоналом проводит проверку его соответствия корпоративной культуре данной компании.

Предварительная отборочная беседа, при этом методе выясняются только лишь самые общие данные о кандидате – это образование, внешний вид, определяющие личностные качества. Для этих бесед нет специальных заготовок, всё же специалисту по управлению персоналом рекомендуется определённый перечень вопросов, которые обычно задаются претендентам:

1. Почему Вы обратились о приёме на работу именно к нам? Чем Вас привлекла наша фирма? Что Вы знаете о ней?

2. Что Вы знаете об этой работе? Какого рода работе Вы больше заинтересованы?

3. Как бы Вы могли описать себя?

4. Что Вы хотите рассказать о себе? О Вашей семье?

5. Каковы Ваши основные сильные и слабые стороны?

6. Какую работу Вы больше всего любите делать, а какую не любите?

7. Какие особенности в Вашей подготовке позволяют Вам думать, что Вы добьётесь успеха в избранной Вами сфере деятельности?

8. Какого рода общественной деятельностью Вы занимались в ВУЗе? После ВУЗа? Почему?

9. Почему Вы уволились с прежней работы?

10. Какие Ваши цели в жизни? Как Вы планируете их достичь?

11. На какую заработную плату Вы рассчитываете?

12. Чем Вы надеетесь заниматься через 5 (10, 15) лет?

Собеседование при приёме на работу делится традиционно на три основные части: вступительную, основную и заключительную.

1. Вступительная часть составляет около 15% времени для создания атмосферы взаимопонимания. Опрос обычно начинается с темы, интересующей обе стороны.

2. Основная часть беседы – получение информации для оценки в претенденте качеств, требуемых для данной должности и принятия решения. При этом претендент должен говорить сам, а специалист по управлению персоналом внимательно слушал.

3. В заключительной части необходимо подвести итоги и разъяснить дальнейший ход приёма на работу.

Профессиональное испытание, целью которого является сбор сведений о личностных особенностях, профессиональных способностях и умениях претендента. В компании ООО «ВИЗИТ» специалист по управлению персоналом после отборочной беседы создаёт ситуацию, в которой претендент должен показать свои профессиональные умения и знания. Например, что бы вы стали делать, если вам позвонит клиент и скажет, что его трубка перестала работать? Сначала, я уточню, как трубка не работает, к примеру, не поступает звонок, когда вы набираете вашу квартиру на блоке вызова; поднимаете трубку и не слышно ничего или слышно другие квартиры; трубка не открывает дверь или не работает кнопка открытия дверей. Исходя, из проблемы я принимаю заявку и отправляю техника по данному адресу. Такая ситуация даст возможность оценить общие и аналитические способности претендента, методы работы, умение выходить из сложных ситуаций.

Окончательное решение о приеме выносит руководитель организации на основе сравнения представленных отчетов по результатам отбора претендентов.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что ни одна методика отбора не дает полной гарантии, что кандидат полностью вам подойдет на данную должность.

Лишь совокупность методик поможет руководителям осуществить отбор по максимальному количеству критериев. Лучше всего сочетать Профессиональное испытание и Стресс интервью. При таком сочетании можно увидеть, как претендент справляется с поставленной задачей при накаленной ситуации; Резюме и Rainteaser-интервью; При таком сочетании можно увидеть заслуги претендента и как он применяет своё креативное, аналитическое мышление и т.д.

#### Литература

1. Гасникова С.Ю. Научная организация труда: история и современность / С.Ю. Гасникова // Культура, наука, образование: проблемы и перспективы: материалы IV Всероссийской научно-практической конференции. 2015. С. 90–93.
2. Зворыгина В.С., Тихонова Ю.С., Тагирова А.В. Правовое регулирование режима рабочего времени / В.С. Зворыгина, Ю.С. Тихонова, А.В. Тагирова // Экономика и социум. 2016. № 4-2 (23). С. 1140–1144.
3. Петрова В.С., Виноградова Ю.Л. Адаптация сотрудника на новом рабочем месте в крупных организациях / В.С. Петрова, Ю.Л. Виноградова // Семнадцатая региональная студенческая научная конференция Нижневартковского государственного университета: статьи докладов / отв. ред. А.В. Коричко. 2015. С. 517–520.

## САНКЦИИ И ИХ ВЛИЯНИЕ НА ЭКОНОМИКУ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Международно-правовые санкции – выражение отказа государства признать юридически значимую ситуацию, созданную поведением другого государства, правомерной и квалификацию ее как противоправной. Протест должен быть явно выраженным (обычно в письменной форме) и так или иначе доведен до сведения государства, которому он адресован, возможно, и до сведения других заинтересованных государств [1].

Вопрос санкций для России сегодня особо актуален в связи с политикой США и ЕС. В международном праве понятие санкций определяется как принудительные меры как вооруженного, так и невооруженного характера, применяемые субъектами международного права в установленной процессуальной форме в ответ на правонарушение с целью его пресечения, восстановления нарушенных прав и обеспечения ответственности правонарушителя. Специалисты выделяют следующие виды санкций [2]:

- коммерческие;
- торговые;
- финансовые;
- научные;
- спортивные;
- культурные;
- санкции в отношении передвижения;
- дипломатические;
- процессуальные.

В отношении России были приняты сразу несколько из перечисленных видов. Первые ограничительные меры вступили в силу 6 марта 2014 года, когда был применен первый пакет санкций, инициируемый США и Евросоюзом, и получивший поддержку со стороны Австралии, Новой Зеландии и Канады. Их суть заключалась в ограничении определённого круга лиц в финансовой деятельности, а именно, замораживание их активов и ограниченный визовый режим, но обо всем по порядку.

Всем известно, что санкционные запреты не наступили сразу, они развивались «волнообразно», и я взял смелость рассмотреть каждую «волну» в частности:

Первая волна. Первые санкции в отношении России введены еще 6 марта 2014 г. Они имели символический характер и характеризовались, как недружественный жест со стороны Запада, хотя реальный удар по экономике РФ не наносили. Под санкции попали чиновники государственного аппарата и частного бизнеса, крупнейшие банки, компании оборонной и энергетической сферы. Также были перекрыты поставки на территорию России современных технологий, без которых в некоторых случаях невозможны производство, поиск и добыча полезных ископаемых.

Вторая волна. Следующие этапы экономических ограничений стали для Российской Федерации более существенными и в реальности нанесли достаточно ощутимый ущерб. Данная волна санкций была направлена уже непосредственно на дестабилизацию внутренней экономики страны. Одним из первых примеров второй волны может служить заморозка большого количества активов российских банков. В основном их деятельность была приостановлена на территории Америки и некоторых европейских странах. Среди первых банков, которые подверглись заморозке, были «Банк Россия» и «СМП банк», сумма первой заморозки составила более 650 млн долларов. Позже к ним присоединились банки: «ВТБ 24», «Сбербанк», «Газпромбанк», «Внешэкономбанк» и «Россельхозбанк». И в отличие от первой волны, в этих банках содержалось большое количество денег наших сограждан, в следствии чего огромное количество людей хотело вернуть свои сбережённые средства, так как народ насторожила подобная заморозка банков в других государствах. Так же к ряду санкций второй волны можно отнести отказ 25 стран на импорт военного оборудования отечественного производства. Для примера можно взять расторжение Францией уже подписанные договора на поставки Россией заказанных ею двух вертолетоносцев типа «Мистраль». А в дальнейшем отказ от отечественного сырья и продовольствия. Касается нефтегазовой отрасли. Санкции США выстроены таким образом, что американским компаниям установлен запрет предоставлять нефтесервисные услуги, направленные на разработку месторождений, а также на добычу нефти в Арктике, на глубоководье, а также на сланце-

вых месторождениях. ЕС заблокировал участие компаний из Европы в российских проектах в нефтегазовой отрасли. Более того, компаниям из ЕС и США было запрещено предоставлять РФ технологии, в том числе поставлять оборудование, которое используется для бурения скважин и освоения шельфа.

Третья волна санкций: Российское продовольственное эмбарго (с 2014). К этому виду санкций можно отнести контрмеры России для урегулирования своего экономического положения. Под действие эмбарго попали страны Европейского союза, США, Австралия, Канада и Норвегия. Контрсанкции включали в себя полный запрет ввоза продуктов для вышеуказанных стран. В список входят мясные и молочные продукты, рыба, овощи, фрукты и орехи. Суммарный годовой объем импорта, попавшего под санкции, оценивается в 9 миллиардов долларов.

Стоит заметить, что санкционное противостояние наносит взаимный ущерб и России, и Евро-союзу, но в Брюсселе закрывают глаза на негативные последствия антироссийских санкций для европейской экономики. ЕС обуславливает отмену санкций выполнением Россией Минских договоренностей. С российской стороны не ведется каких-либо переговоров с ЕС об условиях или критериях отмены ограничительных мер. Наша позиция в этом вопросе неизменна: первыми от них должны отказаться те, кто их инициировал. Соответственно и ответные шаги останутся в силе до тех пор, пока рестрикции в отношении России не будут сняты.

Сельское хозяйство: После 1991 года сельское хозяйство пришло почти в полный упадок. Бывшие колхозы столкнулись с большими проблемами при оплате счетов и выплате зарплат. В 1998 году разорились 84% фермеров, а третья часть сельскохозяйственных угодий лежала невозделанной. В 2000 году восточный медведь в первый раз за 80 лет обеспечил сам себя, крестьяне начали постепенно подниматься, получив помощь в виде хороших инвестиций. Потенциал роста по-прежнему остается громадным. Эксперты предполагают, что в России 40 миллионов гектаров сельскохозяйственных угодий остаются невозделанными. Это площадь по величине сравнима с площадью Ирака [3].

И с этого пункта можно плавно перейти на рассмотрение благотворных воздействий санкций на нашу экономику. Не секрет, что после ввода Россией ответных санкций наше правительство в крайней мере заинтересовалось развитием собственного сельскохозяйственного производства, и эта идея была крайне выгодным решением, за короткий срок путем поддержки предприятий, на фоне слабого рубля и высоких урожаев Россия смогла заработать на сельском хозяйстве больше, чем на оружии, по данным 2016 года продажа зерновых стала не менее выгодной, чем продажа нефти.

В качестве примера можно рассмотреть сельскохозяйственного производителя «Ros Agro plc», которым владеет миллиардер Вадим Мошкович. В прошлом году его компания получила 3 млрд руб. государственной поддержки и не заплатила налогов со своих доходов, что привело к достижению чистого дохода на уровне 33%, а это на 28% больше, чем заработала нефтяная компания «Лукойл». Отмечается, что продажи зерновых стали одним из самых главных достижений российской аграрной политики. России удалось опередить по этому показателю США, став крупнейшим экспортером пшеницы в мире. Отмечается, что прошлый год в России также сопровождался высокими урожаями кукурузы, риса, соевых бобов и гречихи. В свою очередь эксперты отмечают, что богатые россияне переключились на бизнес, связанный с сельхозугодьями. Они уверены, что это понятный тренд, учитывая количество сельхозпригодной земли, которая есть у России. Вместе с тем отмечаются и проблемы, которые есть в российском сельском хозяйстве, – это неэффективность, нехватка высокотехнологичного оборудования, слабая инфраструктура. Несмотря на это, рекордные урожаи зерновых и слабый рубль позволили поднять экспорт до рекордных \$20 млрд в 2015 году – это больше, чем Россия заработала на продаже вооружения. Всего объем сельскохозяйственного производства увеличился в прошлом году на 3%. Отмечается, что с 2013 года Россия сократила закупки продовольствия за рубежом на 40%, до \$26,5 млрд в прошлом году. Так же можно отметить, что глава России надеется не только на миллиардеров, которые поднимут российское сельское хозяйство, но и на крепнущие связи со странами Азии и Ближнего Востока, что позволит переориентировать экономику России от стран Запада в сторону развивающихся рынков.

В докладе американского министерства сельского хозяйства (USAD) говорится, что Россия в сельскохозяйственном году, который продолжается с июля 2016 по июль 2017 года, собирается получить самый большой урожай пшеницы в истории. Министерство сельского хозяйства США, USAD, предполагает, что будет произведено до 72 миллионов тонн пшеницы, что на 7 миллионов тонн больше, чем в прошлом году.

«Никогда ранее в истории Россия не получала столь богатый урожай, даже в 60-ые и 70-ые года, когда засеивались гораздо большие площади» [3]. Производство кукурузы, ржи и овса тоже рекордно большое. В этом году Россия собирается стать самым крупным экспортером в мире пшеницы,

речь идет о 30 миллионах тонн, это на 5 миллионов тонн больше, чем в предыдущем году. Таким образом, Россия опережает ЕС и США, которые ранее боролись с ней за право быть самым крупным экспортером. Упор Путина на сельское хозяйство в теории должен дать обозримые результаты.

**Эффективность санкций:** Санкции, как известно, были восприняты в России как враждебный акт, наносящий значительный вред нашей экономике. Отечественные экономисты в недавнем прошлом оценивали его негативный эффект в 2,1% ВВП, или в \$40–45 млрд в год. Европейские эксперты поначалу доводили эту оценку до 11% ВВП за два года, или \$70–90 млрд в год. Принято считать, что отмена санкций резко ускорит темпы развития российской экономики. Поэтому и чиновники, и президент, постоянно повторяя, что Россия санкций не боится и своей позиции по важнейшим внешнеполитическим вопросам не изменит, в то же время подают как свою большую победу даже самое малозначительное сообщение о том, что европейцы хотели бы положить им конец. При этом, с одной стороны, негативное значение санкций часто преувеличивается, с другой – мало кто сегодня задумывается, какими окажутся экономические последствия, если санкции действительно будут отменены.

**Финансы:** прежде всего, нужно взглянуть на самые тяжёлые ограничения – финансовые. Только в первый год с момента их введения внешний долг российских банков и корпораций сократился, по статистике Банка России, на \$150 млрд: с \$659 до \$509 млрд. Кроме отрицательных последствий (недостатка инвестиций), финансовые санкции дали и позитивный эффект: они оказывают давление на рубль, тем самым позволяя правительству выгодно конвертировать поступающую в виде нефтегазовых доходов валюту, а отечественным банкам – расширять кредитование.

Представим на мгновение, что санкции отменены и банки стран Европы, где гособлигации сейчас приносят отрицательную доходность, перекладывают часть своих средств в российские бумаги или кредитуют российские предприятия. Следствием станет резкий рост рубля – вероятно, к уровню около 50–52 руб. за доллар. Снизится конкурентоспособность российских товаров, уменьшатся прибыли экспортеров (выросшие за последние два года рублевые издержки обратно не вернуть, а рублевая выручка упадет). Остатки Резервного фонда и ФНБ, составлявшие на 1 сентября \$32,2 и \$72,7 млрд, обесценятся в рублях в той же пропорции – с 6,8 до 5,4 трлн руб. Учитывая возросший дефицит, оба фонда исчерпаются уже во второй половине 2017 года, а сбалансировать бюджет будет почти невозможно из-за падения рублевой цены на нефть ниже 2400 руб. за баррель, чего не случилось даже в январе 2016-го на локальных минимумах нефтяных котировок.

Рассмотрим сельское хозяйство: в последние два года аграрный сектор показывает устойчивый рост (на 3,0% в 2015 году и на 2,6% к аналогичному периоду прошлого года в первом полугодии 2016-го). В значительной мере производители только привыкают к относительно льготным условиям, вызванным эмбарго, и вкладывают значительные средства в развитие производства. Отмена контрсанкций, которая, несомненно, случится, если европейцы сделают первый шаг, может обернуться убытками и неполученной прибылью для тысяч сельхозпредприятий, тем более что производители стран Центральной Европы, которые пострадали сильнее всего, готовы быстро вернуться на российский рынок. Можно быть уверенным, что процесс импортозамещения, как и конъюнктурный рост в сельском хозяйстве, остановятся. При этом компенсационное снижение цен вряд ли случится – европейские производители смогут реализовывать свои товары и по более дорогим расценкам, так как различия в качестве между сыром и «сырными продуктами» слишком разительны.

Если санкции будут сняты, Россия начнет восстанавливать свои позиции только как рынок сбыта европейских товаров и финансовых услуг, но не как мощный индустриальный центр, ориентированный на глобальный рынок [4]. Европейские предприятия вряд ли придут к нам с прямыми инвестициями, так как при вызываемом отменой санкций росте рубля сравнительные издержки вновь окажутся слишком высокими, а доходы населения продолжают падать. Рубль, несмотря на продолжающийся экономический кризис, не желает снижаться по отношению к основным мировым валютам. Отмена санкций станет лучшим сигналом к его росту, что будет иметь катастрофические последствия для государственных финансов и серьезно затруднит восстановление в промышленности.

Современная экономика России характеризуется преобладанием рынка знаний и информации над рынком материально-вещественных товаров и ресурсов и значительным ростом объема затрат на развитие ее первичного базового сектора, в котором создаются и распространяются знания [5]. На наш взгляд, введение санкций дало толчок скрытым резервам и инновационному потенциалу российской экономике, тем самым оказав положительное влияние на экономическую конъюнктуру отраслей народного хозяйства.

#### Литература

1. Анализ влияния санкций на внутренний рынок России [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/analiz-vliyaniya-sanktsiy-na-vnutrenniy-rynok-rossii> (дата обращения: 06.03.2017).

2. Безвредные санкции: почему их отмена не принесет пользы России [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.rbc.ru/opinions/economics/> (дата обращения: 06.03.2017).
3. Запрет на импорт дал толчок развитию [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://inosmi.ru/economic/20160904/237726606.html> (дата обращения: 08.03.2017).
4. Международно-правовые санкции [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.bibliotekar.ru/mezhdunarodnoe-pravo-1/47.htm> (дата обращения: 08.03.2017).
5. Морозов А.В., Мустафин А.Н. Инновационная активность хозяйствующих субъектов: сущность, тенденции, эффективность // Вестник Казанского технологического университета. 2014. Т.17. № 12. С. 280–283.

УДК 330

**А.И. Мурзаева, студент**

*Научный руководитель: О.А. Гражданкина, канд. экон. наук, доцент  
г. Барнаул, Алтайский государственный университет*

## **СТАТИСТИКА УРОВНЯ ЖИЗНИ НАСЕЛЕНИЯ В РАЗРЕЗЕ РЕГИОНОВ РОССИИ**

Российская Федерация является крупнейшим государством в мире. На данный момент в ее состав входит 83 субъекта, площадь которых простирается на тысячи километров с севера на юг и с запада на восток. Огромные масштабы территории, многонациональность и многоконфессиональность, а также менталитет населения оказывают существенное влияние на дифференциацию уровня жизни населения в каждом отдельном регионе.

Уровень жизни населения – это основной показатель, отражающий степень удовлетворения потребностей людей в товарах и услугах. Он является очень важным, и исходя из этого, проблемы повышения уровня жизни и доходов населения занимают ведущее место в деятельности федеральных и региональных органов власти, потому что недопустимо иметь столь весомые различия в уровне жизни только из-за географического положения [7].

В количественном выражении уровень жизни населения служит оценкой благ и услуг, фактически потребляемых в среднем домохозяйстве в течение конкретного промежутка времени соответствует определенной степени удовлетворения потребностей.

При анализе уровня жизни особое место занимают такие показатели, как:

- прожиточный минимум;
- минимальный размер оплаты труда;
- минимальный размер социальных выплат.

Также используется система следующих показателей:

- показатели доходов населения;
- показатели расходов и потребления населением материальных благ и услуг;
- показатели накопленного имущества и т.д.

На основе данных, представленных рейтинговым агентством «РИА Рейтинг» [4], рассмотрим уровень жизни населения в таких регионах, как Москва, Красноярский край и Алтайский край.

Перечисленные регионы были выбраны на основе Концепции стратегии социально-экономического развития регионов Российской Федерации [6].

Согласно этой концепции, город Москва относится к группе «Регионы – локомотивы роста», так как имеет высокий уровень экономического развития и вносит значительный вклад в ВВП страны.

Красноярский край входит в состав «Опорных регионов», так как его деятельность нацелена на обеспечение транзитной экономики.

Алтайский край принадлежит к числу «Депрессивных районов», характеризующихся низким уровнем экономического развития, высоким уровнем безработицы и т.д.

В период 2012–2016 гг. отмечается увеличение рейтингового балла выбранных регионов (рис. 1).

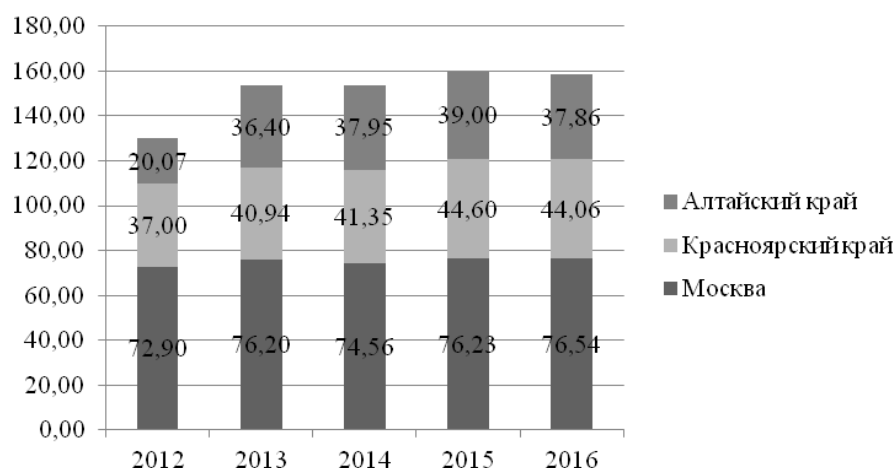


Рис. 1. Динамика рейтингового балла [4]

Данные рисунка 1 свидетельствуют об улучшении социально-экономического положения в исследуемых регионах. Так, за указанный период рейтинговый балл в Москве увеличился на 3,64 и на 4% соответственно. В Красноярском крае увеличение произошло на 7,6 балла, или на 20%, в Алтайском крае – на 17,9 или на 88%. Однако следует отметить, что в 2016 году, по сравнению с 2015, в Красноярском и Алтайском крае рейтинговый балл снизился на 0,54 и на 1,14, в процентном выражении – на 2 и 3% соответственно.

Рассмотрим динамику величины прожиточного минимума в выбранных регионах (табл. 1).

Таблица 1

Величина прожиточного минимума, руб. [5]

Регион	2012	2013	2014	2015	2016
Москва	9747	10965	12542	14413	15092
Красноярский край	7715	8249	9186	10598	10821
Алтайский край	6257	6561	7580	8785	8708

В Москве и Красноярском крае наблюдается стабильный и устойчивый рост величины прожиточного минимума. За указанный период данный показатель в отношении Москвы увеличился на 5 342 рубля, и на 54%, в отношении Красноярского края – на 3 106 рублей, и на 40% соответственно. В Алтайском крае в 2015 году отмечается уменьшение величины прожиточного минимума на 77 рублей, и 1% соответственно.

Не менее актуальной является проблема численности населения с доходами ниже величины прожиточного минимума. В указанном перечне регионов самыми низкими показателями характеризуется Москва, Красноярский и Алтайский край во много раз превосходят данные предыдущего региона (рис. 2) [5].

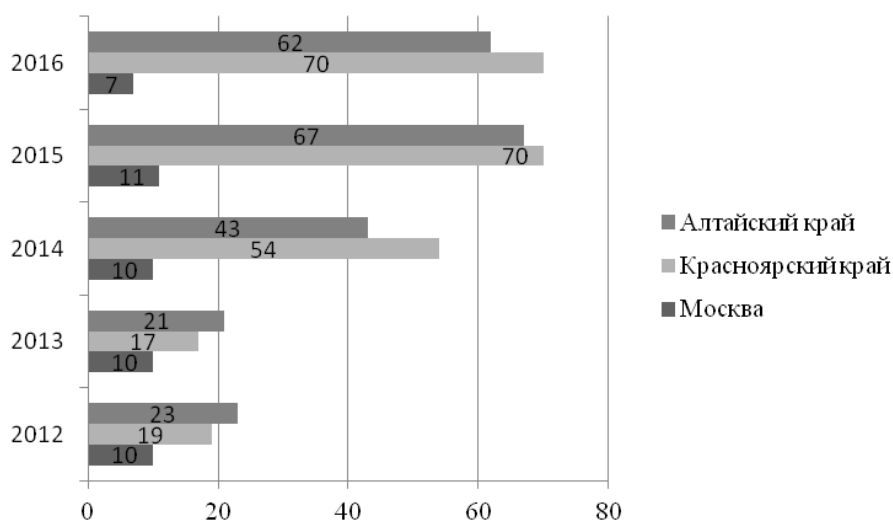


Рис. 2. Динамика численности населения с доходами ниже величины прожиточного минимума, % от общей численности населения [5]



В количественном выражении численность населения с доходами ниже величины прожиточного минимума в Москве сократилась на 3%, в Красноярском и Алтайском крае, наоборот, произошло увеличение на 51 и 39% соответственно.

Рассмотрим долю занятого населения в исследуемых регионах за 2012–2016 гг. (рис. 3).

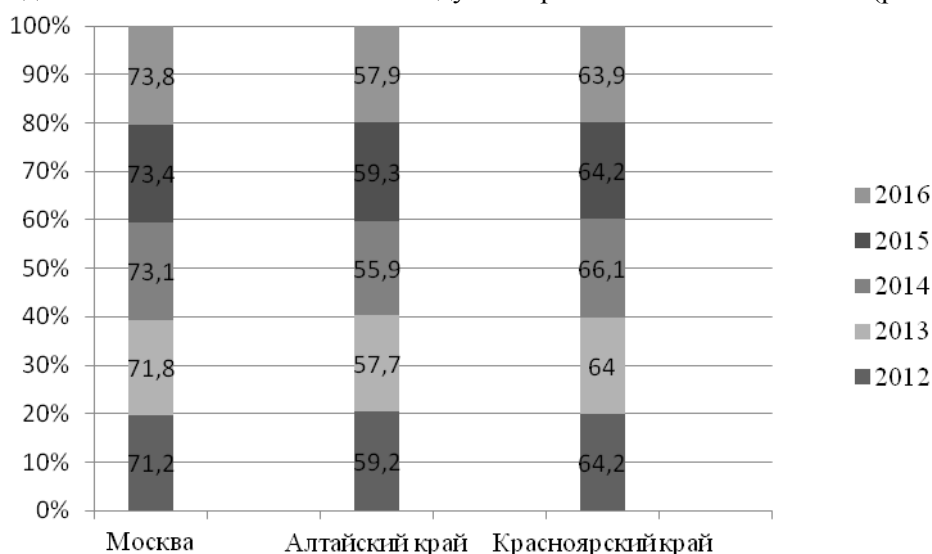


Рис. 3. Доля занятого населения, % от общей численности [4]

Из рисунка 3 следует, что самыми высокими показателями характеризуется Москва, так как увеличение доли занятого населения за исследуемый период произошло на 2,6%, незначительное снижение данного показателя произошло в Красноярском крае – на 0,3%, самыми низкими показателями характеризуется Алтайский край, так как доля занятого населения сократилась на 1,3%.

Данные рисунков свидетельствуют о ярко выраженной дифференциации регионов России по уровню жизни населения.

На государственном уровне принят перечень федеральных программ, направленных на социально-экономическое развитие некоторых регионов, таких как Северо-Кавказский федеральный округ, Дальний Восток, Курильские острова [1, 2, 3].

Не менее актуальным является ряд инвестиционных проектов, реализующихся на территориях Самарской, Челябинской, Псковской и других областях.

Также инвестиционные проекты реализуются в республиках Башкортостан, Татарстан, Крым и др.

Таким образом, можно сделать вывод, что на сегодняшний день множество регионов России нуждается в финансовой поддержке со стороны государства. Все вышеперечисленные меры нацелены на улучшение их социально-экономического положения и призваны улучшить и развить инфраструктуру, производство, обеспечить приток частных инвестиций, а также обеспечить законодательно установленный минимальный уровень жизни населения, связанный с предоставлением населению возможностей в целях получения качественного образования, медицинского и культурно-досугового обслуживания [8].

#### Литература

1. Об утверждении Плана мероприятий по реализации Стратегии социально-экономического развития Северо-Кавказского федерального округа до 2025 года: Распоряжение Правительства РФ от 27.12.2010 № 2444-р (ред. от 20.08.2015) [Электронный ресурс] // Справочно-правовая система «Консультант Плюс».
2. Об утверждении Стратегии социально-экономического развития Дальнего Востока и Байкальского региона на период до 2025 года: Распоряжение Правительства РФ от 28.12.2009 № 2094-р [Электронный ресурс] // Справочно-правовая система «Консультант Плюс».
3. О внесении изменений в федеральную целевую программу «Социально-экономическое развитие Курильских островов (Сахалинская область) на 2007–2015 годы: Постановление Правительства РФ от 22.07.2014 № 695 «О внесении изменений в федеральную целевую программу «Социально-экономическое развитие Курильских островов (Сахалинская область) на 2007–2015 годы».
4. Официальный сайт Рейтингового агентства «РИА Рейтинг» [Электронный ресурс]. Режим доступа: [http://iarating.ru/banks\\_ratings/](http://iarating.ru/banks_ratings/) (дата обращения: 19.01.2017).
5. Официальный сайт территориального органа Федеральной службы государственной статистики [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.gks.ru>
6. Официальный сайт Экспертной сети по вопросам государственного управления [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://gosbook.ru/> (дата обращения: 19.01.2017).

7. Петрова В.В., Скитер Н.Н. Анализ проблемы дифференциации уровня жизни населения России // Студенческий научный потенциал: материалы VII Междунар. студенческой электронной научной конференции.

8. Резник Г.А., Чувакова С.Г. Уровень жизни населения в зеркале финансово-экономического кризиса // Региональная экономика: теория и практика. 2010. С. 16–21.

УДК 339.194

*А.С. Павличенко, студентка*

*Научный руководитель: А.В. Тагирова, преподаватель  
г. Нижневартовск, Нижневартовский государственный университет*

## НЕЗАКОННАЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ

Предпринимательство – важная часть экономики нашего государства, поэтому данная деятельность является строго контролируемым объектом в Российской Федерации. Правовой основой для развития предпринимательства является федеральный закон от 24 июля 2007 года N 209-ФЗ «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации», Налоговый кодекс РФ и другие нормативно-правовые акты РФ, субъектов РФ, муниципальных образований [4]. Чтобы физическое лицо стало предпринимателем и получило все соответствующие права, ему необходимо пройти процесс государственной регистрации юридического лица или зарегистрироваться в качестве индивидуального предпринимателя. Индивидуальное предпринимательство является самой простой формой организации предпринимательской деятельности [4]. С этим связано прохождение множества обязательных процедур: определение характера деятельности, оформление документов, постановка на учет в налоговом органе. Далее – появляется лицо, которое на юридических основаниях может заниматься предпринимательской деятельностью – это законно.

А что такое незаконное предпринимательство? Незаконная предпринимательская деятельность – коммерческая деятельность, которая ведется без наличия на то юридических оснований. И, несмотря на то, что в нашей стране существует множество органов по борьбе с таким предпринимательством, правонарушители всё же остаются.

Каждый из нас периодически может оказывать разного рода услуги своим знакомым или друзьям: помощь при поломке автомобиля, ремонт в квартире, написание портрета или создание новой стрижки. Эти услуги предоставляются на возмездной основе. В какой-то момент к человеку приходит осознание того, что его умения востребованы, что он хорошо справляется со своей работой и что самое главное – данная деятельность может приносить дополнительные деньги в семейный бюджет. В скором времени из обычной подработки рождается хороший бизнес, приносящий ощутимые доходы, а люди разделяются на два лагеря: одни, которые стремятся скорее узаконить своё дело, и другие, уверенные в своей безнаказанности и игнорирующие закон. Деятельность вторых начинает квалифицироваться как незаконное предпринимательство, а это значит, что скоро данный факт обязательно заинтересует такие структуры как полицию и налоговую.

Обращение к первой части статьи 171 Уголовного Кодекса Российской Федерации, может прояснить, что незаконным предпринимательством считается регулярная коммерческая деятельность, которая совершается за пределами правового поля [1]. Таким образом, под предпринимательской деятельностью, осуществляющейся вне рамок закона, могут попадать следующие случаи:

- гражданин занимается предпринимательством, не зарегистрировавшись как ИП, либо без открытия юридического лица;
- гражданин юридически оформил свою коммерческую деятельность, но на деле он занимается совершенно другим видом бизнеса;
- занятие выбранной деятельностью требует иметь обязательную лицензию или разрешение, но предпринимателем или юридическим лицом данный факт игнорируется.

Как правило, субъектами незаконной предпринимательской деятельности выступают физические лица, не являющиеся индивидуальными предпринимателями. Но бывают случаи, когда подобный бизнес ведется политическими партиями или некоммерческими организациями, для которых существует запрет на занятие коммерческой деятельностью. Но самый главный, особый субъект незаконного предпринимательства – организованная группа лиц.

Случаи незаконного предпринимательства, которые происходят в наши дни, весьма банальны. Ниже представлены примеры, возможных вариантов такой деятельности.

Пример 1. Анна сделала своей коллеге по работе маникюр, а той так понравилась работа, что она рассказала о талантливом мастере всем своим подругам. Через пару дней уже несколько девушек обратились к Анне, а она решила, что её хобби может стать неплохой подработкой. Все складывалось наилучшим образом: страница в социальной сети с лучшими работами с каждым разом привлекала большое количество дам, а её подработка стала регулярной деятельностью и начала приносить существенные доходы, но осуществлялось это без регистрации ИП.

Пример 2. Ведение предпринимательской деятельности без лицензии или с нарушением правил лицензирования. Петр Васильевич занимался у себя дома изготовлением самогона, а среди его окружения данный напиток имел успех: литр стоил 100 рублей. Торговля шла полным ходом. Но продажа алкогольной продукции относится к лицензируемым видам деятельности. А бывает и так, что предприниматели, получив лицензию на право заниматься одной деятельностью, налаживают другой бизнес, для которого необходимо отдельное разрешение. К примеру: лицензия давала возможность осуществлять медицинские работы, но коммерсант «попутно» торговал лекарствами – это незаконно.

В соответствии с законодательством Российской Федерации бизнес, ведущийся незаконно, влечет за собой три вида ответственности: административную, налоговую, уголовную [5].

1. Административное право. Нарушения данного вида предусмотрены в 14-ой главе Кодекса об административных правонарушениях. Первая статья представленной главы КоАП применяется, когда предпринимательская деятельность велась вне закона, а доход составлял до 1,5 млн рублей. В данном случае правонарушителю назначают штраф, суммой до 2000 рублей. В административном кодексе также предусмотрено наказание за нарушение правил лицензирования. Для граждан эта сумма варьируется от 1 000 до 2 500 рублей, а для организаций сумма штрафа может достигать 50 000 рублей.

2. Налоговое право. Для взыскания с незаконного предпринимателя недополученных государством налогов, руководствуются статьями 116 и 117 Налогового кодекса. Например, если бизнесмен занимался нелегальным предпринимательством в течение ¼ года, то ему могут быть назначены штрафные санкции в размере 20% от полученных доходов.

3. Уголовное право. Незаконного предпринимателя можно привлечь к уголовной ответственности в случае, если своей нелегальной деятельностью он нанес ущерб государству или частным лицам [6]. За причиненный ущерб в крупном размере, согласно УК РФ, могут предусматриваться следующие наказания: штраф до 300 тысяч рублей или лишение свободы до полугода за крупный ущерб; 500 тысяч рублей штрафа и лишение свободы до пяти лет – особо крупный ущерб.

Экономические реформы в России открыли возможность для многих граждан заняться бизнесом и тем самым обеспечить себе достойный уровень жизни [2]. Чтобы сохранить получаемую прибыль и, самое главное – свободу, гражданину необходимо зарегистрировать свою деятельность и работать в рамках закона. Для кого-то регистрация может показаться долгим и трудным процессом, но это будет гарантом спокойствия, чистоты перед государством и обществом.

Таким образом, развитие экономики во многом зависит от развития предпринимательства [3], поэтому так важно соблюдать законность при ведении бизнеса. Для серьезного предпринимателя самым важным является репутация, а проблемы с государственными органами могут отразиться на ней не лучшим образом.

#### Литература

1. Интернет-ресурс «Бизнес идеи». URL: <https://businessman.ru/new-nezakonnaya-predprinimatelskaya-deyatelnost.html> (дата обращения: 27.02.2017).
2. Петрова В.С. Проблемы устойчивого регионального развития // Культура, наука, образование: проблемы и перспективы: Материалы V Международной научно-практической конференции / отв. ред. А.В. Коричко. 2016. С. 321–324.
3. Тагирова А.В. Инновационное предпринимательство в России: малый формат // Экономика и социум. 2014. № 4-4 (13). С. 1193–1196.
4. Тагирова А.В. Правовой статус индивидуального предпринимателя: преимущества и недостатки // Законность и правопорядок в современном обществе. 2013. № 13. С. 211–215.
5. Учебные материалы. URL: <http://works.doklad.ru/view/wTS2o405mdc/2.html> (дата обращения: 27.02.2017).
6. Юридический портал «Правоведус». URL: <http://pravovedus.ru/practical-law/administrative/nezakonnoe-predprinimatelstvo/> (дата обращения: 27.02.2017).

## **СИСТЕМА ДОБРОВОЛЬНОГО МЕДИЦИНСКОГО СТРАХОВАНИЯ В РОССИИ**

Добровольное медицинское страхование – это форма медицинского страхования на случай потери здоровья, которая обеспечивает возможность полного или частичного возмещения расходов на медицинское обслуживание. Социально-экономическое значение добровольного медицинского страхования заключается в дополнении гарантий по медицинскому обслуживанию, предоставляемых населению бесплатно через системы бюджетного финансирования медицинских учреждений и обязательного медицинского страхования [1, с. 72].

Добровольное медицинское страхование приобретает все большее значение в развитии частной медицины. Однако проникновение данного вида страхования в жизнь все еще не достаточно велико.

В частности, можно выделить следующие возможности, которые предоставляет участие в программах ДМС населению:

- возможность пользования качественными медицинскими услугами в медицинских организациях на всей территории России;
- возможность получения дорогостоящего медицинского обслуживания в специализированных клиниках, в частности стоматологического обслуживания;
- круглосуточная поддержка застрахованных лиц большинством страховых компаний, предлагающих полисы ДМС;
- возможность профилактики заболеваемости, в частности путем прохождения в рамках программ ДМС периодических осмотров, вакцинации.

В совокупности развитие системы добровольного медицинского страхования будет способствовать решению важнейших общегосударственных задач – повышение уровня и качества жизни российского населения, снижение заболеваемости и смертности населения. Добровольное медицинское страхование имеет важное значение и для корпоративного сектора – большинство крупных компаний включают полис ДМС в состав социального пакета, что повышает привлекательность рабочих мест для персонала, способствует росту лояльности персонала и снижению текучести кадров.

Вместе с тем, несмотря на важность рассматриваемой сферы страхования, роль ДМС на рынке медицинских услуг достаточно невысока – за счет ДМС в настоящее время оплачивается 6–7% оказанных медицинских услуг на территории РФ. Это обусловлено комплексом проблем, с которым сталкиваются страховые компании и другие участники рынка в рамках ДМС. Разработка путей решения данных проблем и развития рынка ДМС имеет важное социальное значение, что и обуславливает высокую актуальность выбранной темы исследования [2, с. 345].

Исследованию системы добровольного медицинского страхования в России посвящено достаточно большое количество мнений. Рассматриваются понятие и сущность добровольного медицинского страхования, его особенности, основные принципы организации финансовых отношений при ДМС, формулируются проблемы ДМС в России на современном этапе, предлагаются пути их решения. Следует отметить, что многие аспекты в исследовании проблем добровольного медицинского страхования носят дискуссионный характер, рассматриваются различные варианты и инструменты развития системы ДМС в России [5, с. 41].

В качестве субъектов добровольного медицинского страхования выступают:

- застрахованные (граждане Российской Федерации, иностранные граждане, лица без гражданства);
- страхователи (дееспособные граждане или (и) организации, представляющие интересы граждан); страховые медицинские организации (юридические лица, осуществляющие добровольное медицинское страхование и имеющие государственное разрешение (лицензию);
- медицинские учреждения и предприятия (имеющие лицензии и аккредитованные в установленном законом порядке лечебно-профилактические учреждения, научно-исследовательские и медицинские институты, другие учреждения, оказывающие медицинскую помощь, а также лица, осуществляющие медицинскую деятельность на началах предпринимательства как индивидуально, так и коллективно).

Страхователями при обязательном медицинском страховании являются: для неработающего населения – органы государственного управления, местная администрация; для работающего населения – организации, предприятия, учреждения, лица, занимающиеся индивидуальной трудовой деятельностью.

Страхователями при добровольном медицинском страховании выступают отдельные граждане, обладающие гражданской дееспособностью, или предприятия и организации, представляющие интересы граждан.

Можно выделить ряд сложностей и проблем:

Во-первых, существующее несоответствие между законодательными документами (Законом РФ «О медицинском страховании» и Законом «О страховании» в части возврата части страхового взноса, оформления договора ДМС и др.).

Во-вторых, отсутствие налоговых льгот на доход граждан в части средств, направляемых на добровольное медицинское страхование (предоставление данных налоговых льгот представляется оправданным в связи с тем, что ДМС осуществляет частичное финансирование государственного здравоохранения).

В-третьих, стремление большинства медицинских учреждений компенсировать недостаток бюджетных ассигнований за счет предоставления медицинских услуг в рамках добровольного медицинского страхования зачастую в ущерб их качеству.

В-четвертых, отсутствие у страховых компаний статистических данных (статистика заболеваемости, ее распределение по полу, возрасту, профессии, виду заболеваний и т.п.), которые являются основанием для расчета страховых взносов.

В-пятых, в настоящее время программы обязательного и добровольного медицинского страхования не конфликтуют между собой, в связи с тем, что обязательное медицинское страхование предоставляет гражданам гарантируемый минимум бесплатных медицинских услуг, а добровольное страхование – сверх этого минимума, что позволяет значительно расширить спектр предлагаемых медицинских услуг.

Также одним из основных недостатков ДМС является то, что это один из самых дорогих видов рискового страхования.

Перспективы добровольного медицинского страхования.

Существуют следующие тенденции на рынке ДМС:

- со стороны работодателей – экономия на программах ДМС в целях сокращения затрат на персонал в условиях кризисных явлений в отечественной экономике;
- со стороны страховых компаний:
- удешевление пакета ДМС за счет снижения качества и объемов услуг – ценовой фактор на текущем этапе выступает одним из основных факторов конкурентной борьбы на рынке;
- оптимизация выплат, в том числе за счет усиления контроля за страховыми случаями;
- стимулирование медицинских организаций к снижению среднего чека, особенно клиник с большой долей ДМС-пациентов в общей структуре клиентской базы;
- со стороны пациентов: некоторые респонденты отмечали интересную тенденцию к снижению спроса ДМС-пациентов на соответствующие услуги, объясняя это тем, что работники боятся лишний раз отпрашиваться у работодателя для посещения врача. Такое поведение существенно отличается от ситуации в 2008–2009 годах, когда пациенты старались максимально использовать услуги, предлагаемые в рамках программы страхования, в связи с неопределенностью в будущем;
- введение франшизы в целях сокращения стоимости страхового полиса.

Можно сделать следующие выводы:

1) система добровольного медицинского страхования играет важную роль на современном рынке страховых услуг. Значимость данной сферы страхования заключается в том, что она имеет социальный характер – посредством ДМС, граждане РФ получают доступ к высококачественным медицинским услугам, которые зачастую недоступны в рамках системы обязательного медицинского страхования. В связи с этим, полис ДМС выступает отличным дополнением к полису ОМС и позволяет рассчитывать на комплексную медицинскую помощь. Финансирование полиса ДМС может осуществляться как самим работником, так и работодателем. Включение ДМС в социальный пакет крупных организаций является нормой в современных условиях;

2) отдельный закон, регулирующий добровольное медицинское страхование, отсутствует. В настоящее время сфера ДМС, как и другие виды страхования, регулируется нормами Закона РФ от 27 ноября 1992 года № 4015–1 «Об организации страхового дела в Российской Федерации». В настоя-

щее время ведется работа над разработкой отдельного закона об организации добровольного медицинского страхования в России;

3) исследование зарубежной практики показало, что ДМС активно применяется в развитых странах. В большинстве стран ДМС является дополнением к государственной системе финансирования (страхования) здравоохранения, обеспечивая дополнительный уровень финансовой защиты в случае заболевания. Вместе с тем, в отдельных странах, в частности США, именно за счет средств ДМС финансируется основная часть медицинских услуг.

#### **Литература**

1. Алиев Р. Медицинское страхование в зарубежных странах // Международная экономика. 2013. № 12. С. 70–74.
2. Алиев Б.Х. Основы страхования: учебник. М.: Юнити-Дана, 2014. 415 с.
3. Анализ рынка ДМС в России в 2011–2015 гг., прогноз на 2016–2020 гг. // BusinesStat. 2016.
4. Ахвледиани Ю.Т. Страхование: учебник. М.: Юнити-Дана, 2014. С. 8.
5. Белокрылова О.С. Место и роль страхования рисков в механизме снижения оппортунистического поведения / О.С. Белокрылова // Проблемы экономики. 2013. № 4. С. 39–45.
6. О медицинском страховании граждан в Российской Федерации (утратил силу). Закон РФ от 28.06.1991 № 1499–1 (ред. от 24.07.2009) // Справочно-правовая система «КонсультантПлюс».
7. Об обязательном медицинском страховании в Российской Федерации. Федер. закон Рос. Федерации от 29.11.2010 № 326-ФЗ (ред. от 03.07.2016) // Справочно-правовая система «КонсультантПлюс».
8. Трегубенко З.С., Васильченко Е.И. Страхование и его государственное регулирование // Новая наука: Теоретический и практический взгляд. 2016. № 117-1. С. 165–167.

#### **УДК 338.4**

***А. Пашаева, студент***

*Научный руководитель: А.В. Тагирова, преподаватель  
г. Нижневартовск, Нижневартовский государственный университет*

### **СТРАТЕГИЯ ИМПОРТОЗАМЕЩЕНИЯ ТОВАРОВ В РОССИИ**

На сегодняшний день тема импортозамещения является очень актуальной. Эта проблема не нова для нашего государства и периодически поднимается. Вопрос импортозамещения в нашем государстве поднимается уже давно, так как доля импорта всё еще остается высокой.

Обратимся к определению «импортозамещение». Это процесс, которые находится на уровне национальной экономики, который обеспечивает выпуск определенных товаров, которые ведут деятельность внутри страны. Этот процесс может носить либо реактивный, либо утверждающий характер.

В сложившихся политических и экономических условиях импортозамещение является не только «защитной реакцией» и «ответом» на существующие и возможные в будущем санкции, но и одним из способов, который позволит обернуть угрозы в реальные возможности [1]. Государственное регулирование внешнеэкономической деятельности – это комплекс экономических, правовых и административно-управленческих мер, которые преследуют цель формирования благоприятных условий хозяйствования для субъектов ВЭД, которые обеспечивают экономическую поддержку и правовую защищенность на внутреннем и внешнем рынках, направленные на устойчивое поддержание положительного сальдо внешнеторгового баланса и хозяйственной безопасности в национальном масштабе [4].

Импортозамещение в России – замещение импорта товарами, которые производятся внутри страны. Санкции стран Запада, которые были направлены против России, заставили принять меры по обеспечению продовольственной безопасности [6]. Таким образом, появилось понятие «импортозамещение». Курс на импортозамещение декларируется с 2014 года. Импортозамещение – это мотивация для развития производства, который носит управляемый характер, так как данный стимул предполагает сознательный выбор развития внутреннего рынка в рамках государственной экономической стратегии и поиск актуальных точек экономического роста [7].

В само определение «импортозамещение» входит экономическая стратегия и промышленная политика органов власти, которые направлены на замену импортных товаров. Преимуществами данной политики является независимость цены продукта от курса валют, так же отсутствие переплаты за таможенные пошлины на ввозимое сырьё.

Чаще всего данный термин применяется к государствам, которые по разным причинам могут принять решение уменьшить долю импортных товаров и услуг в товарообороте государства. Обычно

импортозамещение происходит благодаря увеличению объема собственного производства. Данный термин можно отнести к отдельным отраслям экономики, но реже к предприятиям.

Импортозамещение в России началось после экономического кризиса 1998 года. Ранее, в 1990 годы, после либеральных реформ и развала производственных связей, которые существовали в СССР, произошло падение промышленного производства Российской Федерации. Но уже в 1998 году произошел резкий спад курса рубля, которое очень благоприятно сказалось на внутренних производителях, которые в будущем нарастили собственное производство.

Основные мероприятия, которые были направлены на импортозамещение, были определены Правительством Российской Федерации в документе от 30.09.2014 № 1936-р «План содействия импортозамещению и промышленности», в котором были описаны все мероприятия по данной теме в отраслях промышленности РФ. Данные планы были утверждены приказами Министерством промышленности и торговли Российской Федерации.

Так в чем же плюсы и минусы импортозамещения? А плюсы в том, что если существуют ограничения на постоянный поток импорта, то банковая система поддерживает национальное производство и увеличивается экспорт продукции. Высокие темпы внедрения нововведений, быстрый рост сферы услуг, занятость населения, острая ценовая и неценовая конкуренция, что позволяет государству получать значительные денежные средства в форме наличных поступлений [3]. Минусы состоят в том, что данные плюсы лишь временны, так как в будущем возможна потеря связи с внешними рынками технологий.

На сегодняшний день существует 7 отраслей в России, которые требуют «перезагрузки». Это туризм, газовая промышленность, строительство, радиоэлектроника, тяжелая промышленность, сельскохозяйственная промышленность. Необходимость импортозамещения обосновывается еще и тем, что в России есть зависимость от иностранных поставщиков в такой отрасли, как оборонная промышленность.

Импортозамещение становится по-особенному актуальным из-за того, что не хватает качества импортируемой продукции. В 2015 году поставщик фруктов Roia заявил о том, что на рынок Российской Федерации стали поставляться яблоки низкого качества, потому что вся самая лучшая продукция отправлялась в Западную Европу.

Какие же цели преследует импортозамещение? На сегодняшний день существует главная цель – это прекратить импорт товаров и начать производство абсолютно аналогичных, то есть похожих между собой продуктов. Но это не так легко.

Необходимо выделить ряд проблем, связанных с импортозамещением. Самая главная проблема в импортозамещении для России это то, что заменить импортное сырье нечем. Так же существует еще одна проблема: это низкое качество аналогов. Для потребителя это значит то, что цены будут выше, а ассортимент обеднеет. Препятствия, возникающие при реализации этой стратегии, связаны с необходимостью больших денежных вливаний и недостаточностью нормативно-правового регулирования [6]. Для решения этих проблем необходимо:

1. изучение рыночной ситуации [2];
2. государственное субсидирование;
3. предоставление грантов, участвующим в госзакупках;
4. применение таможенных пошлин;
5. лицензирование ввоза.

Положительный характер политики импортозамещения не вызывает сомнений, в условиях дефицита импортного товара у производителей есть возможность заполнить эти пустоты отечественным продуктом [6]. Таким образом, из всего вышеперечисленного можно сделать вывод о том, что для политики импортозамещения нужно создать условия для конкурентоспособности продукции, которая должна иметь спрос как на внешней, так и на внутренней торговле.

#### Литература

1. Современный потенциал социального и экономического развития регионов: Коллективная монография / И.А. Волкова, Н.В. Захарова, О.А. Козлова и др. Нижневартонск, 2016. 194 с.
2. Волкова И.А., Попова А.Ю. Современные проблемы малого и среднего бизнеса в России // Научно-методический электронный журнал «Концепт». – 2016. – № S4. – С. 6–10. – URL: <http://e-koncept.ru/2016/76051.htm> (дата обращения: 04.03.2017).
3. Гасникова С.Ю. Роль и значение малого предпринимательства в социально-экономическом развитии // Культура, наука, образование: проблемы и перспективы: Материалы III Всероссийской научно-практической конференции / отв. ред. А.В. Коричко. 2014. С. 115–117.
4. Закон РФ от 27.11.2010 года № 311-ФЗ «О таможенном регулировании в Российской Федерации».

5. Постановление Правительства РФ от 11 августа 2014 года № 791 «Об установлении запрета на допуск товаров легкой промышленности, происходящих из иностранных государств, в целях осуществления закупок для обеспечения федеральных нужд».

6. Тагирова А.В. Основные направления государственного регулирования импортозамещения в России // Дискуссия. 2016. № 4 (67). С. 71–75.

7. Щербина, Т.А. Политика импортозамещения: финансово-экономические и управленческие аспекты // Экономика. Налоги. Право. № 1. С. 10–12.

УДК 368.91(470+571)

**Т.С. Погоян, студентка**

*Научный руководитель: Е.И. Васильченко, доцент*

*г. Краснодар, Кубанский государственный аграрный университет им. И.Т. Трубилина*

## СТРАХОВАНИЕ ЖИЗНИ В РОССИИ

Страхование играет все большую роль в обеспечении благополучия каждой семьи, каждого человека. С помощью страхования человек сохраняет свою собственность, обеспечивает себя средствами на случай болезни и утраты трудоспособности, получает дополнительную пенсию, создает финансовые гарантии для семьи в случае своего ухода из жизни.

Страхование жизни является одним из важных инструментов, посредством которых могут быть реализованы экономические и социальные потребности общества. В развитых странах страхование жизни – одна из высших форм удовлетворения многих общественных потребностей, таких, как: финансовая защита от неблагоприятных событий, поддержание обычного уровня жизни после выхода на пенсию, накопление средств на получение образования, привлечение квалифицированных сотрудников посредством создания социальных пакетов, возможность получения кредитов и др. [1, с. 61].

Кроме того, ввиду особого механизма работы компаний страхования жизни, а именно, долгосрочного инвестирования резервов, страхование жизни является катализатором экономики. Эти два явления переплетаются, давая мультипликативный эффект для социально-экономического развития общества.

В настоящее время страхование жизни является одной из наиболее представительных и динамично развивающихся отраслей на мировом страховом рынке.

Существуют разные подходы к делению страхования на отдельные группы.

В соответствии с одним из них страхование делят на личное и имущественное. Личное страхование носит социальный характер, т.е. выполняет определенные функции, способствующие более полной защите граждан.

Это прежде всего относится к страхованию жизни – важнейшей составляющей личного страхования.

Структура страхового портфеля России представлена на рисунке 1.

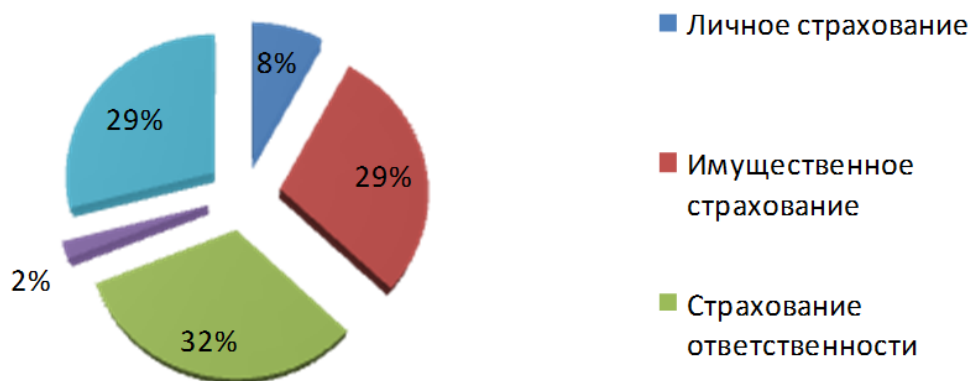


Рис. 1. Структура страхового портфеля

Страхование жизни и здоровья можно условно разделить на две группы: рисковое страхование и накопительное. Рисковое страхование – это страхование от несчастных случаев и болезней. Дого-



вор рискованного страхования действует в течение определенного срока. В случае смерти застрахованного лица в период действия полиса страховая компания обязана уплатить выгодоприобретателю оговоренную в полисе сумму.

Накопительное страхование жизни позволяет накопить определенную сумму с учетом дополнительного инвестиционного дохода. Причем договор заключается на длительный срок, обычно лет на 15-20. По истечении срока страхования при отсутствии страхового события можно вернуть себе всю сумму страховых взносов. Главная особенность этого вида страхования заключается в том, что при регулярной уплате страхового взноса компания гарантирует какую-то минимальную страховую выплату вне зависимости от прибылей компании. Такая форма страхования является очень дорогой. По соответствующему полису либо доверенные лица страхователя получают страховое возмещение в случае его смерти, либо держатель полиса в определенное время может прекратить действие страхового контракта и получить его стоимость наличными. Кроме того, существует смешанный тип страхования, объединивший в себе признаки рискованного и накопительного страхования.

Это страхование на определенный срок с возможностью возврата своих накоплений при дожитии, то есть при достижении определенного возраста (это может быть дожитие до 16 лет, например для ребенка, или до 18). В этом случае застрахованное лицо получает все уплаченные за период страхования страховые взносы с некоторым процентом доходности. В случае же его смерти оговоренная в полисе страховая сумма выплачивается выгодоприобретателю [3, с. 311].

Падение ставок по депозитам и поиск клиентами новых финансовых инструментов привели к взрывному росту инвестиционного страхования жизни в 1 полугодии 2016 года. В результате после двухгодичного замедления прирост взносов по страхованию жизни в абсолютном выражении стал максимальным за последние пять лет – 35,5 млрд рублей (+66,3%) в 1 полугодии 2016 года.

В связи с насыщением сегмента инвестиционного страхования темпы прироста взносов вновь снизятся до 15–20% в 2017 году, и к 2018 году потенциал полностью будет исчерпан.

Вместе с тем создание благоприятной среды для развития накопительного страхования – расширение налоговых льгот, отведение страховщикам жизни места в системе ОПС и разработка законодательной базы для продуктов unit-linked – в перспективе двух-трех лет позволили бы многократно увеличить объемы рынка страхования жизни.

Динамику взносов и выплат по страхованию жизни наглядно можно проследить на рисунке 2.



Рис. 2. Динамика взносов и выплат

В настоящий момент в абсолютном выражении прирост рынка страхования жизни достиг максимального значения за последние пять лет – 35,5 млрд рублей. Рост взносов по страхованию жизни после двухгодичного замедления вновь ускорился, и значение показателя достигло 66,3% за 1 полугодие 2016 года по сравнению со значением за аналогичный период прошлого года. Объем взносов по страхованию жизни составил 88,8 млрд рублей в 1 полугодии 2016 года. Несмотря на небольшую долю рынка страхования жизни в общем объеме страховых взносов (15,1% за 1 полугодие 2016 года), сегмент страхования жизни два года подряд обеспечивает половину абсолютного прироста взносов

страхового рынка в целом (49,2%). Доля вида в общем объеме страховых взносов выросла на 4,8 п.п. за 1 полугодие 2016 года по сравнению с аналогичным периодом 2015 года и на 9,8 п. п. за пять лет.

Прирост взносов наблюдается во всех сегментах страхования жизни, наибольшие темпы прироста демонстрируют инвестиционные продукты страхования жизни (+147,5%).

В 1 полугодии 2016 года рынок страхования жизни рос в основном за счет инвестиционного страхования жизни, которое обеспечивало 77% абсолютного прироста взносов. В то же время в 1 полугодии 2012 года 73% абсолютного прироста взносов по страхованию жизни обеспечивалось ростом взносов по страхованию заемщиков. Кроме того, в 1 полугодии 2016 года по сравнению с 1 полугодием 2015 года произошло оживление ипотечного и потребительского кредитования, что привело к росту взносов в сегменте страхования заемщиков (+14,9%) против сокращения годом ранее (-18,6% за 1 полугодие 2015 года по сравнению с 1 полугодием 2014 года). Смешанное страхование жизни растет умеренными темпами (26,3% за 1 полугодие 2016 года по сравнению с аналогичным периодом 2015 года) [6].

Продажи через кредитные организации остаются крупнейшим каналом реализации продуктов по страхованию жизни. По итогам 1 полугодия 2016 года 83% совокупных взносов по страхованию жизни было получено при посредничестве кредитных организаций, и доля канала непрерывно растет (+35,8 п. п. по сравнению с 1 полугодием 2012 года, +6,8 п. п. по сравнению с 1 полугодием 2015 года). Это привело к значительному сокращению процента продаж через физических лиц – с 19,8% до 7,7% за период с 1 полугодия 2012 года. В то же время с присоединением новых банков к продажам инвестиционных продуктов и ростом конкуренции в этом сегменте комиссионное вознаграждение кредитным организациям опустилось до минимального за пять лет значения – 19,6% за 1 полугодие 2016 года.

В условиях сохранения текущей институциональной среды рынка страхования жизни потенциал текущего драйвера – инвестиционного страхования жизни – будет полностью исчерпан к 2018 году.

Смешанное страхование жизни – самые долгие деньги в страховании – продолжит расти умеренными темпами (около 15% в 2016 и 2017 годах). Это приведет к затуханию темпов прироста взносов рынка страхования жизни до среднерыночных значений. Вместе с тем создание благоприятной среды для развития накопительного страхования в России в перспективе двух-трех лет позволило бы многократно увеличить объемы рынка страхования жизни.

За последние несколько лет страховой бизнес получил существенное развитие в России, и это отражается в том, что появляются новые виды страхования, которые ранее были не известны в отечественной экономике.

В современных условиях развитие страхового бизнеса является одним из стратегических направлений социально-экономической политики государства, так как данная отрасль вносит большой вклад в экономический рост страны. На перспективы развития страхового рынка, в первую очередь, влияет низкий уровень дохода населения, ведь, именно этот фактор значительно снижает количество заявок, например, по страхованию жизни, хотя в других странах – эта форма является очень востребованной.

Главная задача России на сегодняшний день – развитие экономики. Одним из основных направлений такого развития является повышение конкурентоспособности российского финансового рынка, улучшение инвестиционного климата в России, и это невозможно без развитых финансовых и страховых рынков. Заметное снижение общего числа страховщиков и падение числа компаний, которые проводят операции в регионах – это очевидный признак кризиса на страховом рынке.

Большинство населения уже прочувствовало повышение страховых премий по ОСАГО. Данное действие было сделано для того, чтобы страховые компании сохраняли свою рентабельность и удерживали убыточность портфелей по автострахованию хотя бы на уровне прошлого года при растущей стоимости ремонта и запасных частей. Вторым методом для сохранения рентабельности: страховые компании рассматривают комплекс мер по сокращению собственных расходов. Самый большой процент расходов – это фонд оплаты труда, поэтому, возможно, страховые компании будут заниматься оптимизацией численности сотрудников и бизнес-процессов [4, с. 166].

Основными причинами, которые сдерживают страховой рынок, являются как внутрисистемными, так и связанные с особенностями российской экономики. К ним, помимо финансового кризиса можно отнести: квалификацию кадров, несоответствие мировым стандартам требований к платежеспособности страховых организаций, уровень финансового потенциала, нормативно-правовую базу, недобросовестную конкуренцию и страховое мошенничество.

Одной из проблем является надзорная деятельность за рынком страховых услуг. Она осуществляется Банком России, который контролирует все секторы финансового рынка. Роль мегарегулятора

заключается в целостном контроле за финансовой системой в целом, и это, касается, конечно же, платежеспособности, отчетности, прозрачности активов страховщиков. Ужесточение регулирования страхового рынка, повышение надзорных действий – это результат того, что надзор осуществляет Банк России.

Перспективы развития страхового рынка связаны с состоянием экономики России. До 2018 года населению России будет нелегко, так как Банк России будет сокращать инфляцию до 4%, будет уменьшать количество денег в стране, путем увеличения ставок по кредитам, т.е. ЦБ не будет уменьшать ключевую ставку, которая на 2 ноября 2016 года равна 11%. Таким образом, политика Банка России стимулирует население к сбережениям и мешает потреблению. Все сводится к тому, что 2018 год будет переломным, ведь если мегарегулятор сможет уменьшить инфляцию до 4%, то у страны появится шанс на перезапуск и рост производства, будут увеличиваться заработная плата населения, и это, естественно, позитивно повлияет на рынок страховых услуг.

Вместе с тем создание благоприятной среды для развития накопительного страхования в России в перспективе двух-трех лет позволит многократно увеличить объемы рынка страхования жизни. Для этого страховому сообществу и органам власти необходимо сосредоточиться на разработке и принятии следующих первоочередных законодательных изменений:

- увеличение налоговой базы для расчета налогового вычета по НДФЛ;
- принятие и введение в практику методов стимулирования граждан и юридических лиц к заключению долгосрочных договоров страхования жизни (субсидирование премий для малообеспеченных граждан, дополнительные налоговые льготы для юридических лиц);
- уравнивание условий корпоративного негосударственного пенсионного обеспечения и корпоративного пенсионного страхования между НПФ и страховщиками жизни (отнесение сумм страховых платежей (взносов) по договорам добровольного страхования жизни со сроком действия не менее пяти лет к суммам, не подлежащим обложению страховыми взносами в государственные внебюджетные фонды);
- включение страховых организаций по страхованию жизни в систему обязательного пенсионного страхования;
- введение практики раскрытия информации об инвестиционных и накопительных страховых продуктах в части риска, потенциальной доходности, стратегии инвестирования, структуры портфеля по продукту и прочее.

#### Литература

1. Амбарова А.Р. Семейное страхование жизни: формирование резервов и доходность / А.Р. Амбарова // Страховое дело. 2014. – № 6. С. 60–64; № 7. С. 58–64.
2. Балабанов И.Т., Балабанов А.И. Страхование: учебник / И.Т. Балабанов, А.И. Балабанов. СПб.: Питер, 2015.
3. Гвозденко, А.А. Основы страхования: учеб. / А.А. Гвозденко. М.: Финансы и статистика, 2014. – 320 с.
4. Трегубенко З.С., Васильченко Е.И. Страхование и его государственное регулирование // Новая наука: Теоретический и практический взгляд. 2016. № 117-1. С. 165–167.
5. Хоминич И.П. Страхование: учебник / под ред. проф. И.П. Хоминич. – М.: Магистр; ИНФРА-М, 2015. 324 с.

**УДК 65.016**

***О.А. Скворцова, студентка***

*Научный руководитель: С.Ю. Гасникова, канд. культурологии, доцент  
г. Нижневартовск, Нижневартовский государственный университет*

## **МЕНЕДЖМЕНТ: ИСТОРИЯ И СОВРЕМЕННОСТЬ**

На современном этапе развития экономики эффективность деятельности организаций в большей степени зависит от технологий и методов управления, применяемых руководителем. Ускорение темпов развития научно-технического прогресса, глобализация производственно-хозяйственных отношений и усиление конкуренции выдвигают новые требования к системе управления организацией. Современные предприятия, являясь достаточно сложной системой, децентрализуют управление и оперируют большим потоком информации, которая быстро устаревает. Следовательно, появляется необходимость координации деятельности разных подразделений. Для обеспечения управляемости

таких систем нужны новые методы руководства, соответствующие как внутренней, так и внешней среде организации.

Научные исследования в области менеджмента помогают руководителям правильно сформировать политику управления организацией; организовать выполнение главных функций менеджмента: планирования, организации, мотивации, координации и контроля; способствуют реализации задач, затрачивая при этом меньше денежных и человеческих ресурсов. Это позволяет достичь прогресса в развитии организации.

Проблемы эволюции и истории менеджмента исследовались в работах таких, как С.Ю. Гасникова [2], В.И. Маршев [6], А.Г. Фаррахов [10], Дж. Шелдрейк [12] и др. Результатами их исследований явились строгие методологические и методические положения управления организацией, эффективные стратегии и механизмы обеспечения руководства, использование которых способствуют достижению необходимой цели организации. Работы И.А. Волковой [1], О.А. Козловой [5], В.С. Петровой [8], А.В. Тагировой [4] и др. посвящены проблемам малого и среднего бизнеса в России, вопросам организации работы современных организаций, воспроизводства кадрового потенциала и т.д.

Вся история человечества – это история развития управления. Ещё в глубокой древности обществу требовались личности, которые могли бы координировать и направлять деятельность групп людей. Уже в древнем периоде слово «менеджмент» стало приобретать свой истинный смысл, благодаря таким мыслителям и философам, как Конфуций, Аристотель, Сократ, Платон. Именно на основе их концепций начала развиваться теория менеджмента.

Считается, что именно древнегреческий мыслитель Сократ первым высказал мысль о том, что искусству управления необходимо обучать [10, с. 19]. Ведь только обученные люди могут оказать государству неоценимую пользу. Дальнейшее развитие менеджмента осуществляется в работах Аристотеля и Платона, которые сформулировали принцип универсальности управления, дали классификацию формам государственного управления, сделали разграничение полномочий органов управления [10, с. 19]. Таким образом, можно сказать, что менеджмент начал своё существование практически одновременно с появлением человеческого общества.

В середине XVIII века возникает необходимость в профессиональном управлении. Индустриальная революция, начавшаяся в конце XVIII столетия в Англии, постепенно охватила весь мир. Она повлекла за собой целый ряд новых явлений, которые повлияли на дальнейшее развитие менеджмента. В этот период образуется капитализм, формируются рыночные отношения, происходит кооперация труда людей – мануфактур, а затем и крупных фабрик. Наибольшая заслуга в развитии представлений о государственном управлении принадлежит шотландскому экономисту и философу Адаму Смиту, который в своём капитальном труде «Богатство наций» проанализировал разнообразные формы разделения труда и охарактеризовал обязанности государя и государства [9].

В 30-е годы XIX столетия размах и значение новых промышленных методов получили оценку в работах двух выдающихся учёных – Чарльза Бэббиджа и Эндрю Юра [12, с. 21]. Основным вкладом Бэббиджа в развитие теории управления стала его книга «Об экономии оборудования и комплектующих», в которой были предоставлены преимущества машинного производства над ручным трудом. Также он разработал проект аналитической машины, которая является прообразом современной цифровой вычислительной техники, с помощью которой уже тогда управленческие решения принимались более оперативно [10, с. 19].

Отношение к проблемам управления шотландский экономист и химик Эндрю Юр высказал в работе «Философия производства». Данная работа являлась не только обзором развивающейся фабричной структуры, но и практическим справочником по организации производства продукции. Учёный был сторонником фабричной системы производства, всячески превозносившим ее высокую производительность и заявлявшим, что она обеспечивает лучшие производственные условия, чем небольшой цех или домашняя мастерская [12, с. 24]. Он адаптирует высказанные Смитом в 70-е гг. XVIII в. взгляды к изменившимся обстоятельствам 30-х гг. XIX столетия, отмечая при этом возможность замены труда ремесленников машинным производством при одновременном снижении утомляемости работников, обусловленной специализацией труда.

В первой половине XX века зародилась Школа научного управления, которая основывалась на опытности, принципах и методах целесообразной организации труда и производства. Родоначальником этих учений является американский инженер Ф. Тейлор, который изложил свои мысли в 1903 г. в книге «Управление циклом», а в 1911 г. – в книге «Принципы научного менеджмента» [6].

Ф. Тейлор выделил четыре основных принципа научного менеджмента:

- научное изучение каждого элемента работы;
- научный отбор, подготовка, обучение и развитие каждого рабочего;

- сотрудничество управляющих и рабочих по внедрению научного менеджмента в работе;
- справедливое распределение обязательств между управляющими и рабочими [10, с. 20].

Он ввёл такой термин, как «человеческий фактор» и создал целую систему стимулирования материального и морального труда. Ф. Тейлору удалось доказать, что если улучшить процесс труда рабочего и мотивировать его морально и материально, то за определённый срок тот выполнит работу во много раз больше, чем в обычных условиях [10, с. 20].

Именно Ф. Тейлор впервые предложил применять различные научные методы для исследования процессов труда и управления им, а также для усиления продуктивности и результативности труда [3].

Американский промышленник и владелец заводов по производству автомобилей Г. Форд разработал теорию управления производством под названием «фордизм», основные идеи которой сформулировал в работах «Моя жизнь, мои достижения», «Сегодня и завтра», которые не утратили своего значения до сих пор [6]. Вот некоторые из его идей: разложение сложных операций на простые составляющие и создание на их основе конвейерных линий; увеличение оплаты труда своих работников; поменьше бюрократизма, титулов, чиновничества; содружество между хозяином и работником; децентрализация промышленности [10, с. 21].

Г. Форд определил основные положения формирования нового типа производства: укрепление специализации и разделения труда; непрерывное применение эффективного оборудования и инструментов; распределение оборудования по ходу технологического развития; строгое регулирование темпа выпуска продукции; механизация транспортных операций; соблюдение ряда определённых характеристик производственной среды. Аналогично Ф. Тейлору, Г. Форд уделял внимание вопросам стандартизации главного и второстепенного производства. Он впервые отделил основную работу от обслуживания, существенно повысил роль внутрипроизводственного оперативного планирования, выступал решительно против бюрократизации производства. Кроме того, в производственной системе Г. Форда был повышен контроль за качеством изготавливаемой продукции. Основной установкой его системы производства являлась ориентация на модернизацию производства [11, с. 127].

Наиболее влиятельным теоретиком менеджмента с конца XIX и уже к началу XX века являлся американский экономист П. Друкер. В его трудах поднимается ряд проблем в экономической и политической сферах деятельности, однако известным он стал благодаря трудам о проблемах менеджмента. Учёный сформулировал принципы мирового рынка, создал идею «информационного работника». Основной вклад теоретика – это классификация знаний по вопросам управления и обособление менеджмента в самостоятельную науку. Первыми работами П. Друкера являются «Концепция корпорации» и «Практика менеджмента» [7]. В них теоретик предоставил три основные функции менеджера:

- контроль над бизнесом;
- работа с остальными менеджерами;
- руководство сотрудниками [7].

П. Друкер сформулировал следующие базовые принципы обновляющегося менеджмента – ситуационность, системность, социальная направленность, гибкость, адаптивность, согласно которым рассматриваются не функции менеджмента, а управленческое решение [10, с. 14].

Особенно известна работа П. Друкера об управлении по целям. Это способ управления, согласно которому определённые задачи достигаются совместной работой подчинённых и их руководителей, продвижение к целям периодически оценивается, а вознаграждения ранжируются в соответствии с этой оценкой. В 1966 году учёный издал книгу «Эффективный управляющий». В создании данной работы он выступил в качестве теоретика и практика, который даёт конкретные советы. П. Друкер уверяет, что эффективности невозможно обучить, однако её возможно и необходимо познать самостоятельно [7].

Период конца XX и начала XXI вв., показал, что подходы XVIII–XIX вв. не в полном объёме отражают действительную ситуацию, сложившуюся в современной экономике, а следовательно, в современном менеджменте.

Современный менеджмент – это специфическое средство, специфические функции, специфический инструмент для получения организациями необходимого результата, что требует расширить сферу ответственности менеджера, в которую входят все факторы, которые влияют на функционирование организации и её результаты [10, с. 15]. Человеческий фактор становится ключевым в успехе любой организации, что нашло отражение в принципах управления, сформулированных на рубеже XX и XXI веков: лояльность к рабочим; ответственность; коммуникации; атмосфера; постоянное обучение; участие каждого работника; своевременная реакция на изменения в окружающем мире;

методы работы с людьми; переход к лидерству; непосредственное участие управляющих в работе групп; умение находить общий язык с людьми любой должности; этика бизнеса; честное отношение и доверие к людям; использование первоначальных основ менеджмента; видение организации; качество собственной работы, постоянное самосовершенствование [10, с. 20].

Таким образом, реализация всех перечисленных принципов управления в современных условиях предъявляет высокие требования к личности менеджера, что позволяет более качественно выполнять работу любой сложности.

Современному менеджменту стали присущи следующие тенденции формирования: специализация; социализация; профессионализация; компьютеризация; интернационализация и глобализация [10, с. 13]. Данные тенденции способствуют становлению и совершенствованию управления.

Существенным фактором улучшения эффективности руководства является специализация управления. Следовательно, можно выделить следующие виды менеджмента, которые существуют на сегодняшний день: кадровый; производственный; социальный; стратегический; инновационный; информационный; финансовый [10, с. 13].

В настоящее время менеджмент не стоит на месте, а постоянно развивается: появляются новые направления, концепции, тенденции, принципы управления.

Таким образом, современный менеджмент значительно отличается от менеджмента в прошлые века. Ведь менеджмент до XX века представлял из себя способ власти над людьми, сегодня менеджмент – это не только высокоэффективный способ руководства организациями, но и способ сплочения людей, создание «команд» для достижения совместных целей. Для того чтобы менеджмент не стоял на месте, необходимо совершенствовать систему управления. Существует несколько вариантов совершенствования системы управления, благодаря которым менеджмент будет приносить больше прибыли, чёткость выполнения работы, надёжность управления: использование новых организационных форм управления; развитие коллективных методов подготовки и принятия управленческих решений; формирование принципиально новой модели управления; широкое распространение в системе управления экономических отношений.

#### Литература

1. Волкова И.А. Современные проблемы малого и среднего бизнеса в России / И.А. Волкова, А.Ю. Попова // Научно-методический электронный журнал Концепт. 2016. № S4. С. 6–10.
2. Гасникова С.Ю. Научная организация труда: история и современность / С.Ю. Гасникова // Культура, наука, образование: проблемы и перспективы: материалы IV Всероссийской научно-практической конференции. – Нижневартовск, 2015. С. 90–93.
3. Гольдштейн Г.Я. Основы менеджмента: учебное пособие / Г.Я. Гольдштейн. Изд. 2-е, дополненное и переработанное. Таганрог: ТРТУ, 2003. 230 с.
4. Зворыгина В.С. Правовое регулирование режима рабочего времени / В.С. Зворыгина, Ю.С. Тихонова, А.В. Тагирова // Экономика и социум. 2016. № 4-2 (23). С. 1140–1144.
5. Козлова О.А., Исаева Е.В. Кросс-культурный менеджмент. Омск: Издательство ОмГТУ, 2012. – 91 с.
6. Маршев В.И. История управленческой мысли: учебник / В.И. Маршев. М.: Инфра-М, 2005. 731 с.
7. Михненко П.А. Интернет-курс История управленческой мысли. URL: [http://e-biblio.ru/book/bib/04\\_pravo/istor\\_uprav\\_mysli/ist\\_uprav\\_misli.html#\\_ftn8](http://e-biblio.ru/book/bib/04_pravo/istor_uprav_mysli/ist_uprav_misli.html#_ftn8) (дата обращения: 20.03.2017).
8. Петрова В.С., Виноградова Ю.Л. Адаптация сотрудника на новом рабочем месте в крупных организациях // Семнадцатая региональная студенческая научная конференция Нижневартовского государственного университета: статьи докладов / отв. ред. А.В. Коричко. Нижневартовск, 2015. С. 517–520.
9. Смит А. Исследование о природе и причинах богатства народов. / А. Смит. – М.: Директ-Медиа, 2014. – 442 с.
10. Фаррахов А.Г. Теория менеджмента: История управленческой мысли, теория организации, организационное поведение: учеб. пособие / А.Г. Фаррахов. М.: ИНФРА-М, 2014. 272 с.
11. Форд Г. Моя жизнь, мои достижения / Г. Форд. Минск: Попурри, 2011. 352 с.
12. Шелдрейк Дж. Теория менеджмента: от тейлоризма до японизации / Дж. Шелдрейк; пер. с англ. под ред. В.А. Спивака. СПб.: Питер, 2001. 352 с.

## **ИПОТЕЧНОЕ КРЕДИТОВАНИЕ В РАЗЛИЧНЫХ СТРАНАХ**

Ипотечное кредитование – форма взятия кредита под заклад недвижимости, то есть кредитование с применением ипотеки в качестве обеспечения возвратности кредитных средств [2].

На сегодняшний день Россия причисляется к странам с довольно слабо развитой ипотечной системой. Можно сравнить: только 10% россиян обращалось в банковские учреждения, чтобы получить кредит под залог недвижимости, тогда как в государствах Европы этот показатель достигает 40–50%, а в США свыше 90% граждан имеют опыт получения ипотечного кредита [1].

Если рассмотреть статистические данные, то в России в 2014 г. из общей суммы выданных банками кредитов в 7,6 трлн руб. – 1,5 трлн руб. составили жилищные кредиты, из которых 97% ипотечные [4; 5].

В нашей стране существуют тенденции усиления процессов распределения жилья в зависимости от уровня доходов домохозяйств. При непрерывном росте на жилье этот фактор оказывает все большее влияние на его спрос. Ипотечное кредитование стало реальным способом покупки жилья частью населения, имеющего определенный уровень дохода [4; 5].

Существует множество банков, которые предоставляют такой кредит. Для сравнительного анализа ипотечного кредитования в различных странах, необходимо рассмотреть данные хотя бы по одному крупному банку из каждой страны.

В результате обзора информации, были получены следующие условия кредитования каждого банка.

1. Сумма кредита в разных странах отличается. Она может варьироваться от 400 до 20 000 000 долларов: в России от 4 929 долларов, в США от 10 000 до 20 000 000 долларов, в Китае от 8215 до 492 901 долларов, сумма кредита в Германии варьируется от 31 329 долларов, а на Украине – от 378 до 22 722 долларов. Самую маленькую сумму кредита можно взять на Украине, а самую крупную – в США.

2. Срок кредита существенно не отличается. В основном, это срок от 5 до 30 лет. В России – до 30 лет, в США и Германии – от 5 до 30 лет, в Китае – от 2 до 15 лет, а на Украине – от 10 до 15 лет. В основном, это срок от 5 до 30 лет.

3. Процентная ставка варьируется в разных странах. Самые минимальные процентные ставки в США и в Германии, которые составляют от 3,5 до 7% и от 2 до 4% соответственно. В Китае и в Казахстане они составляют от 12 до 20%. В России – 11–15%. И самые большие процентные ставки приходится на Украину, составляющие 23–30%.

4. Первоначальный взнос не сильно варьируется, но устанавливается в каждой стране свой: в России и Казахстане – от 20%, от 10 до 50% в США, в Китае и Казахстане – от 30% и на Украине – от 30 до 50%.

5. Средняя стоимость недвижимости у всех разная. Самой недорогой является недвижимость, приобретенная в Казахстане – 913 долларов (цена за 1 кв. метр). На Украине можно приобрести недвижимость за 1167 долларов (цена за 1 кв. метр). Жилье в Германии обойдется в 2 610 долларов (цена за 1 кв. метр). За 1000–2000 долларов можно приобрести жилье в России и в США. А вот самая дорогая покупка недвижимости придется на Китай – 3000 долларов за 1 кв. метр.

Таким образом, можно сделать вывод, что стоимость недвижимости и проценты на банковский кредит в развитых странах ниже, чем на территории бывшего СССР – России, Украины и Казахстана.

Практически во всех банках одинаковый первоначальный взнос, срок кредитования. Различия составляют лишь сумма кредита, которая может варьироваться в различных странах, и процентная ставка.

Проведем сравнительный анализ условий ипотечного кредитования в данных странах.

Предположим, взят кредит суммой 100 000 долларов сроком на 15 лет. Тогда можно рассчитать сумму ежемесячной выплаты, переплату по процентам за ипотеку и вычислить эффективную процентную ставку. Расчеты производились исходя из самой высокой ставки процента, принятые в определенной стране, которые указаны выше:

1. Сумма ежемесячных выплат (рис. 1). Сумма ежемесячных выплат – это сумма, которую заемщик должен вносить каждый месяц.



**Рис. 1. Сумма ежемесячных выплат, в долл.**

Можно сделать вывод о том, что сумма ежемесячных выплат в Германии намного меньше, чем в других странах. Россия занимает 4-е место по данным показателям. А самые большие ежемесячные выплаты приходятся на Украину, которые составляют 2529 долларов.

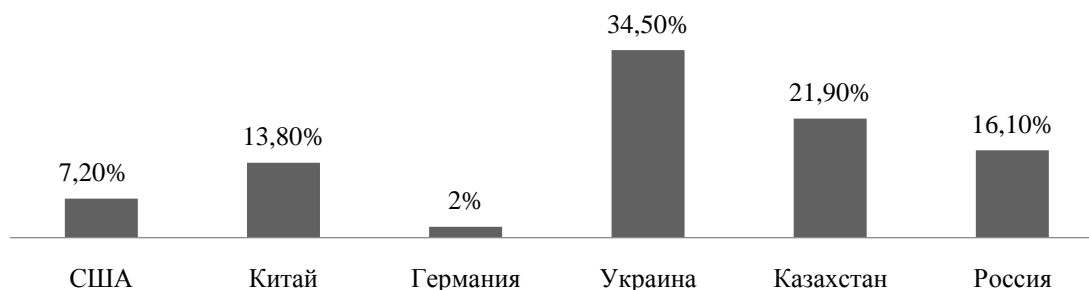
2. Переплата за пользование ипотечным кредитом (рис. 2). Переплата за пользование ипотечным кредитом – это сумма, которую заемщик платит кредитору сверх того, что было получено в долг. В отличие от эффективной процентной ставки рассчитывается в денежном выражении, а не в виде процента [2].



**Рис. 2. Переплата за использование ипотечного кредита, в долл.**

Видно, что переплата за использование ипотечного кредита в Германии самая минимальная. Остальные страны имеют значительно большую переплату по сравнению с Германией. Так на Украине она достигает 355240 долларов, что в 22 раза больше, чем в стране с самой минимальной переплатой. Россия занимает 4-е место и превышает самую минимальную переплату всего в 6 раз.

3. Эффективная ставка процента (рис. 3). Эффективная процентная ставка – это фактически используемая процентная ставка, отличная от номинальной, например, в результате действия тех или иных надбавок и скидок, включения затрат на обслуживание кредита и т.п. [1].



**Рис. 3. Эффективная процентная ставка**

Исходя из данных рис. 3, можно сделать вывод о том, что эффективная процентная ставка в Германии является самой низкой и не отличается от номинальной процентной ставки. А вот в других странах эффективная процентная ставка будет отличаться от номинальной на 1–2% в сторону увеличения.

Исходя из расчетов, приведенных в рис. 1–3, можно сделать вывод о том, что брать ипотеку в США и Германии намного выгоднее, чем в других странах. У них самые минимальные суммы ежеме-



сячных выплат и переплаты по процентам за ипотеку. Наиболее выгодный кредит все-таки оказался в Германии. В этой стране можно оформить ипотеку под залог жилья, которое вы приобретаете. В течение долгого срока, средняя процентная ставка составит всего 2–3%. Сумма, которую вы запросите, может быть совершенно любой. Наименее выгодный кредит в Казахстане и на Украине. У них самые максимальные переплаты по кредиту, процентные ставки и суммы ежемесячных выплат.

Если рассматривать Россию, то она занимает 4-е место по показателям. Можно сказать, что брать ипотечный кредит в России невыгодно, так как эффективная процентная ставка отличается почти на 2%, сумма ежемесячных выплат и переплата по кредиту очень велики.

Теперь рассмотрим расчеты, произведенные исходя из самой низкой ставки процента, принятые в определенной стране, которые указаны выше:

1. Сумма ежемесячных выплат (рис. 4).

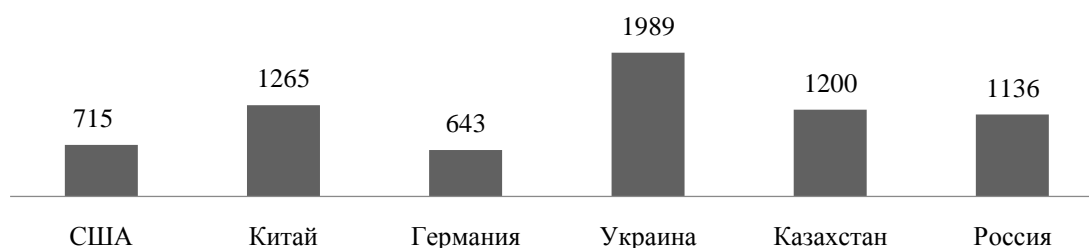


Рис. 4. Сумма ежемесячных выплат, в долл.

Можно сделать вывод о том, что сумма ежемесячных выплат в Германии намного меньше, чем в других странах. Россия занимает 3-е место по данным показателям. А самые большие ежемесячные выплаты приходится на Украину, которые составляют 1989 долларов.

2. Переплата за пользование ипотечным кредитом (рис. 5).

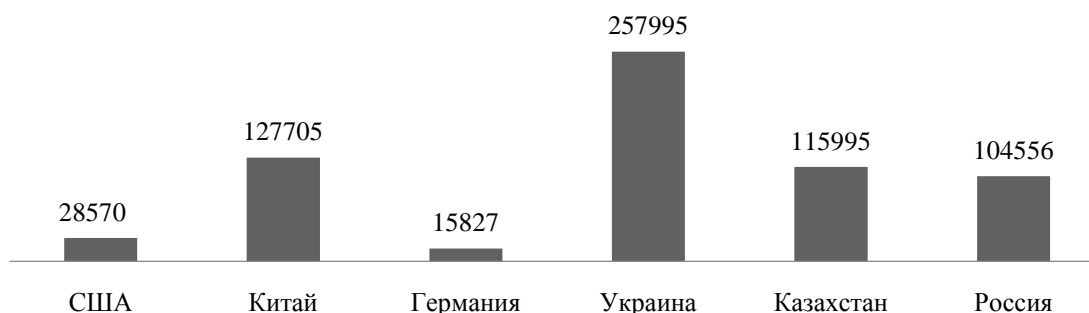


Рис. 5. Переплата за использование ипотечного кредита, в долл.

Видно, что переплата за использование ипотечного кредита в Германии самая минимальная. Остальные страны имеют значительно-большую переплату по сравнению с Германией. Так на Украине она достигает 257995 долларов, что в 16 раз больше, чем в стране с самой минимальной переплатой. Россия занимает 3-е место и превышает самую минимальную переплату всего в 6 раз.

3. Эффективная ставка процента (рис. 6).



Рис. 6. Эффективная процентная ставка

Исходя из данных рис. 6, можно сделать вывод о том, что эффективная процентная ставка в Германии является самой низкой и не отличается от номинальной процентной ставки. А вот в других странах эффективная процентная ставка будет отличаться от номинальной на 1–2% в сторону увеличения.

Исходя из расчетов, приведенных в рис. 4–6, можно сделать вывод о том, что брать ипотеку в Германии намного выгоднее, чем в других странах. Здесь самые минимальные суммы ежемесячных выплат и переплаты по процентам за ипотеку. В этой стране можно оформить ипотеку под залог жилья, которое вы приобретаете. В течение долгого срока, средняя процентная ставка составит всего 2–3%. Сумма, которую вы запросите, может быть совершенно любой. Наименее выгодный кредит в Казахстане и на Украине. У них самые максимальные переплаты по кредиту, процентные ставки и суммы ежемесячных выплат.

Если рассматривать Россию, то она занимает 3-е место по всем показателям. Можно сказать, что брать ипотечный кредит в России невыгодно, так как эффективная процентная ставка отличается почти на 2%, сумма ежемесячных выплат и переплата по кредиту очень высокие.

Таким образом, можно сделать общий вывод о том, что если брать ипотеку с максимальной процентной ставкой, то выгоднее будет брать кредит в США и Германии. Выгода заключается в том, что в этих странах самые низкие суммы ежемесячных выплат и переплаты по процентам, несмотря на максимальную процентную ставку. Если мы берем ипотеку с минимальной ставкой процента, то опять-таки выгоднее будет его брать в Германии. По итогам этих двух расчетов можно сделать заключение о том, что в Германии брать ипотеку выгоднее всего. Не зависимо от того, возьмете вы под минимальную процентную ставку или под максимальную, сумма ежемесячных выплат и переплата по кредиту будет намного меньше, чем в других странах.

Что касается России, то она занимает 4-е место, если брать ипотеку с максимальной ставкой процента и 3-е – с минимальной процентной ставкой. Из этого следует, что условия для ипотечного кредитования в России не совсем выгодны для населения.

В России целесообразно создавать условия малообеспеченным для покупки жилья. Они не могут обслуживать кредит и содержать жилье. Решение жилищной проблемы большинства населения РФ – это социальный найм жилья или аренда в доходных домах при поддержке региональных и муниципальных властей [3].

#### **Литература**

1. Абдуллаев М.А., Орлов А.А., Римский Л.А., Бу Хассан Хоссам. Ипотека. Организация ипотечного кредитования: Учебное пособие. – М.: МИИТ, 2003. – 244 с.
2. Горемыкин В.А. Ипотечное кредитование: Учебник. М.: МГИУ, 2007. 368 с.
3. Руди Л.Ю., Тропникова Т.А., Клюева И.С. Институциональные преобразования жилищной системы РФ: социальный аспект // Электронный научный журнал. № 3. 2015. С. 323–330.
4. Руди Л.Ю., Тропникова Т.А., Клюева И.С. Трансформация жилищной системы Российской Федерации: некоторые итоги // Мы продолжаем традиции российской статистики: сборник докладов Международной научно-практической конференции «I Открытый российский статистический конгресс». Новосибирск, 2016. С. 190–196.
5. Руди Л.Ю., Тропникова Т.А., Клюева И.С. Трансформация жилищной системы Российской Федерации: некоторые итоги // Мы продолжаем традиции российской статистики: материалы I Открытого российского статистического конгресса. Новосибирск, 2015. с. 471–472.

**УДК 330.101.22**

***М.А. Сорокин, студент***

*Научный руководитель: И.К. Мясникова, преподаватель  
г. Нижневартовск, Нижневартовский социально-гуманитарный колледж*

## **РОЛЬ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ТЕОРИИ В ЖИЗНИ ОБЩЕСТВА**

Экономическая теория – общественная наука, изучающая проблему выбора в условиях ограниченности ресурсов для максимально возможного удовлетворения потребности общества. Состоит из множества школ и направлений. Экономическая теория развивается и пополняется новыми данными в течение времени, поэтому её развитием в исторической перспективе занимается такое направление, как история экономических учений. Основной задачей экономической теории является объяснение происходящих событий экономической жизни с помощью модели действительности, то есть отражение в себе реальной экономики [1, с. 8].

Функции экономической теории:

1. Познавательная – анализируют отдельные процессы в экономике, устанавливает взаимосвязь между этими явлениями, а также определяет свойство субъектов экономики, (предприятия, государство, население, финансово-кредитные учреждения);

2. Методологическая – позволяет определять экономическую теорию как основу для развития целого ряда других экономических дисциплин (статистика, ценообразование, маркетинг, менеджмент);

3. Образовательная – позволяет сформировать у граждан логику, экономическую культуру, основные понятия рынка;

4. Практическая – позволяет создавать рекомендации по улучшению текущей экономической ситуации, снижению уровня инфляции, увеличению объемов валового национального продукта, разрабатывать конкретные способы и принципы рационального хозяйства;

5. Прогностическая – на основе анализа экономических процессов и явлений разрабатывать направления перспективного развития [2, с. 147].

Конечной целью функционирования любой экономической системы является удовлетворение потребностей общества и индивидов. Именно это предполагает процесс производства, связанный неразрывно с потреблением товаров и услуг, а также с расходованием имеющихся в распоряжении общества ресурсов для производства. Все проблемы экономического развития связаны с расходованием ресурсов для удовлетворения потребностей. И решение всех этих проблем базируется на фундаментальных экономических аксиомах. Первая аксиома – потребности общества (индивидов и институтов) безграничны, полностью неутолимы. Вторая аксиома – ресурсы общества, необходимые для производства товаров и услуг ограничены и редки.

Таким образом, перед обществом, как и перед отдельным человеком, всегда стоит задача выбора направления и способов распределения ограниченных ресурсов между различными конкурирующими целями. Способы решения этой задачи и составляют предмет экономической науки [3, с. 24].

Абсолютно все экономические ресурсы, факторы производства, обладают общим свойством: они имеются в ограниченном количестве. Ограниченность ресурсов имеет относительный характер. Она заключается в принципиальной невозможности одновременного и полного удовлетворения всех потребностей всех людей.

Историю экономической цивилизации можно представить как процесс формирования и реализации потребностей. В процессе удовлетворения потребностей формируются новые в количественном и качестве отношении потребности, и их структура изменяется, приоритеты смещаются, развивается взаимозаменяемость. Непрерывное возрастание, или возвышение, потребностей подтверждается экономической эволюцией человечества. Полагают, что течение каждых десяти лет количество видов потребительских товаров и услуг увеличивается более чем в два раза. Это историческая закономерность давно обоснованна и может быть названа «возвышение потребностей». Человек прошел все этапы – от примитивного потребления ресурсов природы до рационального использования природных, человеческих и произведенных человеком ресурсов [4, с. 56].

Любое общество, как и любой экономический агент, стремится максимально эффективно воспользоваться предоставленными ресурсами. Они стараются произвести максимальное количество товаров и услуг в условиях ограниченности ресурсов. Для достижения этой цели, современному обществу необходимо полностью использовать свои ресурсы для обеспечения наиболее возможного объема производства.

Отсюда вытекает термин «экономическая эффективность», которая характеризует взаимосвязь между единицами ограниченных ресурсов, которые используются в производстве, и получаемыми, в заключении, результатами этого процесса количеством какого-либо продукта, т.е. затрагивает проблему «затраты – выпуск». Чем больший объем продукции получен из данного объема затрат, тем выше экономическая эффективность.

Так же для более рационального использования ресурсов применяется метод максимальной занятости. Максимальная занятость позволяет полностью использовать пригодные ресурсы для получения благ. Ведь целью экономики является обеспечение работой всех способных и желающих трудиться, использование всех доступных земель, всевозможных факторов производства. Так как использовать должны только пригодные ресурсы, необходимо учитывать те ограничения, которые общественная практика, а также обычаи оказывают на признание их пригодными. Для наибольшего объема производства необходимо обеспечить распределение ресурсов по отдельным направлениям, так чтобы они несли наибольший вклад в совокупный объем продукции. Каждый ресурс необходимо использовать по его прямому назначению в подходящих для этого условиях. Применение последних

достижений научно-технического прогресса также является необходимым условием для достижения полного объема производства [5, с. 41].

Как уже ранее было отмечено, главной экономической задачей является выбор наиболее эффективного варианта распределения факторов производства в целях устранения проблемы ограниченности возможностей, которые были обусловлены беспредельными потребностями человечества и ограниченностью ресурсов. Высокоразвитые страны, к примеру, прилагают немалое количество усилий по улучшению производства ограниченного круга товаров, что способствует увеличению конкурентоспособности их товаров в борьбе с другими странами. Это могут быть судна, ЭВМ или другие виды товаров [6, с. 210].

В определенных случаях выбор может быть очень трудным. Так называемые «слаборазвитые страны» настолько бедны, что большая часть рабочей силы направляет свои усилия на то, чтобы только накормить и одеть население страны. Как выход в таких странах для поднятия уровня жизни необходимо произвести наращивание производства. Но так как рабочая сила занята полностью, то произвести увеличение уровня общественного производства достаточно затруднительно. Разумеется, возможно провести модернизацию оборудования с целью увеличения объема производства, однако для этого необходима перестройка национального хозяйства. Доля ресурсов будет переключена с производства потребительских товаров на производство капитальных товаров, постройку производственных зданий, выпуск машин и оборудования. Данная перестройка производства снизит уровень жизни на определенный период во имя его будущего повышения. Однако следует помнить, что в странах с низким жизненным уровнем даже незначительное снижение выпуска товаров массового потребления может привести большое число людей к нищете [7, с. 132].

Таким образом, экономическая теория обосновывает ориентиры хозяйственной деятельности, эффективные направления использования ограниченных ресурсов для удовлетворения безграничных потребностей современного общества. Кроме того, она вырабатывает механизм воздействия на субъекты рыночной экономики, обобщая факты развития экономики, дает возможность определить приоритетность и необходимость удовлетворения потребностей не только на данный момент, но и разработать перспективные цели и пути их достижения, обосновать стратегию экономического развития, а также выработать финансовую политику [8, с. 115].

#### Литература

1. Амосова В.В. Экономическая теория / В.В. Амосова, Г.М. Гукасян, Г.А. Маховикова. – М.: Эксмо, 2011. 214 с.
2. Карманова Т.Е. Экономическая теория. Краткий курс / Т.Е. Карманова, А.Н. Малолетко и др. – М.: КноРус, 2012. 356 с.
3. Янбарисов Р.Г. Экономическая теория: Учебное пособие / Р.Г. Янбарисов. – М.: ИД ФОРУМ, НИЦ ИНФРА-М, 2013. 183 с.
4. Гайдар Е.Т. Экономическая теория: Учебное пособие для ССУЗов / Е.Т. Гайдар. – М.: КноРус, 2011. 211 с.
5. Новикова З.Т. Экономическая теория / З.Т. Новикова. – М.: Академический проект, 2005. 358 с.
6. Экономическая теория: Учебник / Под ред. И.П. Николаевой. – М.: ЮНИТИ, 2012. 254 с.
7. Салин В.Н. Экономическая теория в микро-, макро- и мировой экономике. Теоретико-практические и учебно-методические разработки / В.Н. Салин. – М.: Финансы и статистика, 2010. 372 с.
8. Малахов Р.Г. Экономическая теория / Р.Г. Малахов. – М.: Рид Групп, 2012. 280 с.

УДК 338.1

**А.А. Тихонова, студент**

*Научный руководитель: И.С. Ключева, ст. преподаватель  
г. Новосибирск, Новосибирский государственный университет экономики и управления*

## РЫНОК ОДЕЖДЫ: ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ

В условиях нестабильности современной экономики особо актуальной становится проблема адаптации российских предприятий и других экономических субъектов к сложившейся ситуации. Данный процесс невозможен без обеспечения и поддержания достойного уровня технического развития бизнеса [1].

Чтобы разобраться в ситуации в отрасли, следует рассмотреть динамику ее развития в целом по стране.

В 1998–2000 годах в текстильной и легкой промышленности проявились положительные тенденции. В 2000 г. в легкой промышленности произошли позитивные изменения. Годовой прирост производства по некоторым группам продукции составил от 4 до 45%. Если обратиться к анализу показателей тех лет, ситуация в 2000 г. представляется менее однозначной и не дает уверенности в том, что положительная динамика отрасли стабильна и долгосрочна. Дело в том, что предприятия легкой промышленности в целом показали более высокие темпы роста валовых показателей выпуска, чем предприятия других отраслей. В частности, значительно улучшились качество и ассортимент выпускаемой продукции, что позволило потеснить на отечественном рынке импортные аналоги. Положительные изменения по многим направлениям позволили улучшить финансовое состояние предприятий и обеспечить рост выпуска продукции текстильной и легкой промышленности.

2001 г. характеризовался сокращением продаж. Но, несмотря на сокращение продажи тканей, швейных изделий и обуви при росте товарооборота 2001 г. по сравнению с 2000 г. доля их продажи в общем объеме продаж возросла. Это противоречие объясняется тем, что на товары легкой промышленности потребительские цены росли более высокими темпами, чем цены производителей. Так в 2001 г. цены на потребительские товары выросли по отношению к декабрю 2000 г. на 9,5%, в том числе на непродовольственные товары – на 8,6% [3].

Общий объем спроса в РФ на товары текстильной промышленности в 2001 году составил 4052,6 млн руб., что на 10% выше, чем в 2000 году.

В 2004–2005 гг. западные производители одежды были практически монополистами в сегменте брендовой одежды, однако в последнее время чаще открываются магазины отечественных марок, чем западных. Россияне уже не боятся покупать одежду национальных марок. Более того, в нижнем сегменте рынка одежды россияне сознательно выбирают отечественного производителя, признавая, что качество отечественных фабрик зачастую выше продукции иностранного производства той же ценовой категории.

Решению такой стратегической задачи повышения качества способствовало множество этапов: от поиска новых поставщиков тканей до модернизации мощностей и изменения подходов к дизайну коллекций. Национальные производители прошли этот путь. Компании, имеющие собственные швейные производства, провели дорогостоящее переоснащение, закупив оборудование, позволяющее внедрять новые технологии. Владельцы брендов, работающие частично или полностью по принципу аутсорсинга, то есть выпускающие продукцию на сторонних фабриках, вкладывали средства в создание системы контроля качества [5].

Пик бурного роста пришелся на 2004 – 2006 годы, когда оборот рынка увеличивался ежегодно на 25%. В 2007 году из-за насыщения рынка темпы роста составили 15%, а в 2008 г. – уже 10%. Также стабильный рост просматривается в течение следующих лет (рис. 1). За 2015 год рынок одежды сильно сократился. Цены становятся выше, а доходы населения идут на спад.

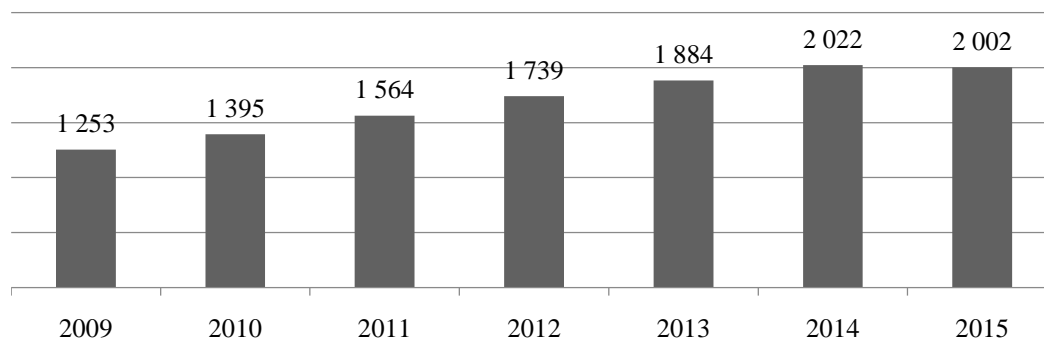


Рис. 1. Динамика развития отрасли, 2009–2015 гг. [2]

Причина обвала продаж – девальвация рубля, из-за чего произошел стремительный рост цен на одежду (на 12%) и обувь (на 15%), и одновременное снижение доходов населения (на 4%).

Так в 2014 году совокупный объем российского рынка одежды и обуви (в розничных ценах) достиг значения 2 трлн рублей (рис. 2). Это четвертый по объему потребительский рынок в стране после рынков продуктов питания, жилья и автомобилей. Для удвоения номинального объема ему потребовалось девять лет. Предыдущее удвоение (до триллиона рублей в 2005 году) произошло всего лишь за четыре года.

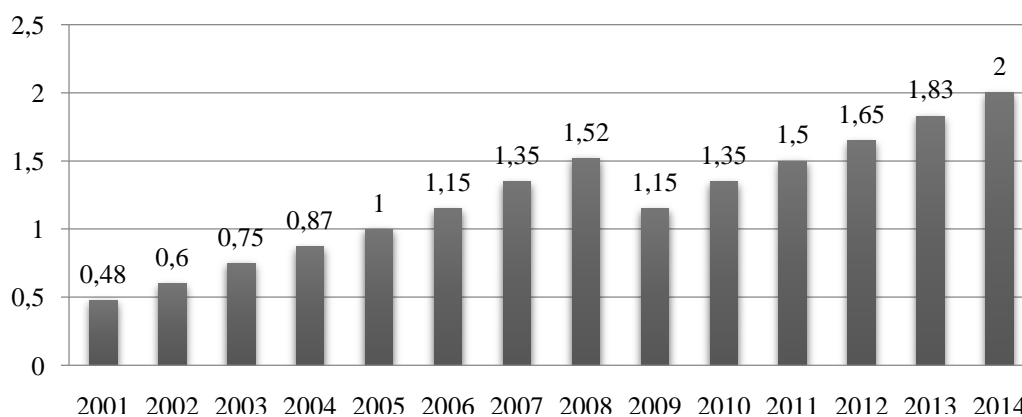


Рис. 2. Объем российского рынка одежды и обуви в розничных ценах (в трлн руб.) [4]

Основные проблемы, с которыми сталкивается отрасль, – это присутствие на рынке большого количества контрафактной продукции из-за рубежа, высокая стоимость материалов и отсутствие материалов, отвечающих европейским стандартам качества.

К основным факторам, отрицательно влияющим на развитие отрасли, можно отнести:

- Отсутствие материала на российском рынке.

В России нет фабрик, которые бы выпускали современные ткани, фурнитуру, нитки и прочее. Если для спецодежды ткани можно найти, то для модной одежды – нет. Иголок и ниток российского производства тоже нет. Сегодня ситуация в отрасли более сложная, чем 2008 году. Если тогда в России еще чувствовался дефицит товарного наполнения, то теперь его нет. Производителю остается одно – снижать издержки. Иными словами, уменьшать заработную плату.

Зарубежные поставщики текстиля сокращают объемы поставок в Россию (рис. 3). Актуальным стал вопрос импортозамещения. Отечественная легкая промышленность пока не готова отказаться от зарубежного сырья при производстве одежды, в России производство одежды в зачаточном состоянии, а швейных производств, производств тканей, мануфактур не становится больше [8].

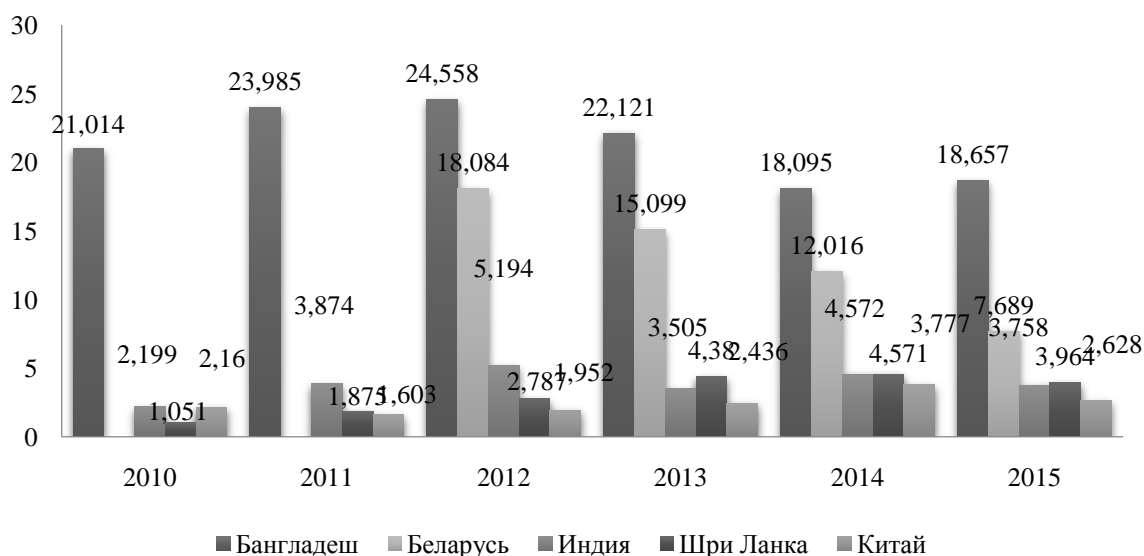


Рис. 3. Импорт сырья, 2010–2015 гг. в тыс. \$ [6]

По представленным на рисунке 3 данным прослеживается значительное снижение импорта сырья, особенно заметно это проявляется с 2012 года, когда наблюдалась девальвация рубля и санкционные войны.

Пока что Россия была и остается страной, которая зависит от импорта продукции из-за рубежа. Благодаря санкциям, данная проблема проявилась ярче и производственные возможности государства стали существенно уже. Так многие личные производства нельзя назвать независимыми, а сокращение импорта и увеличенные цены во многом повлияли на сокращение производства, и как следствие сокращение объемов экспорта [2].

На протяжении многих лет сохраняются низкие объемы поставок (в сравнении с другими странами). Россия экспортирует относительно недорогую продукцию в основном в страны СНГ – Казахстан, Беларусь, Украину (рис. 3).

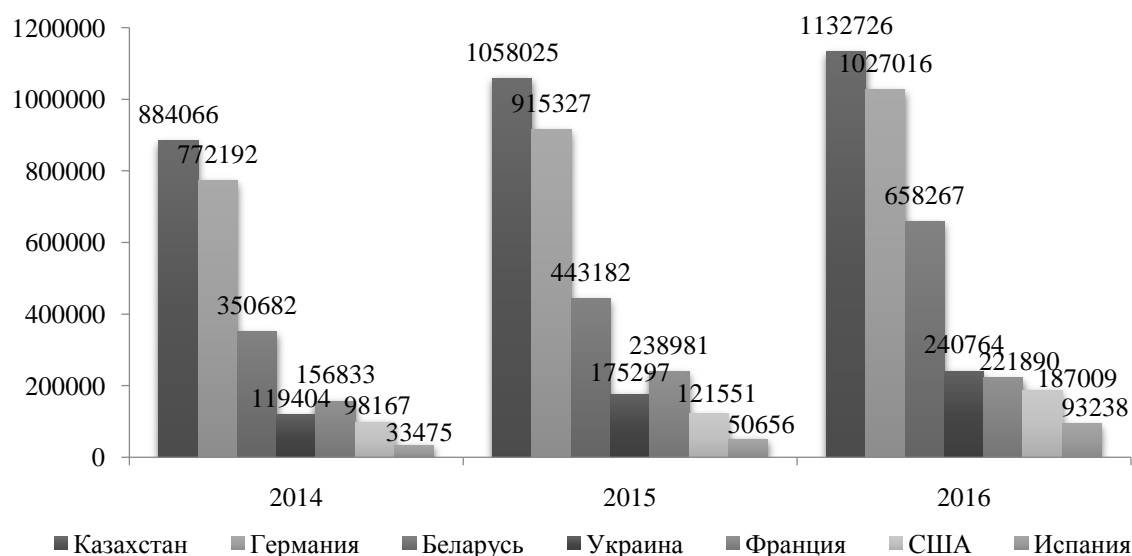


Рис. 4. Экспорт текстильных изделий, 2014–2016 гг. в тыс. руб. [6]

На рисунке 4 проявляется рост экспорта текстильных изделий, но происходит он достаточно сдержанно. Нарастить объемы поставок удалось благодаря все тому же резкому снижению рубля, из-за которого продавать некоторые виды продукции за рубеж стало выгодно, поэтому рост экспорта в 2014 году приходился на последний квартал года. Кроме того, в этот период на работе предприятий отрасли ещё не сказалось удорожание ресурсов, т.к. закупки были сделаны преимущественно осенью, до падения рубля, а спрос на внешнем рынке был достаточно высок [7].

- Проблема заработной платы.

В отрасли заработная плата достаточно низкая: по данным мэрии Новосибирска на 2015 г., в среднем она едва превышает 13 тысяч рублей. Для сравнения: в среднем по промышленности – 34,2 тысячи. Такая ситуация почти не изменяется в течение нескольких лет. Хотя, это в определенном смысле является конкурентным преимуществом [3].

Исходя из данной проблемы, можно выделить следующую:

- Недостаток квалификации.

Отсутствие квалифицированных кадров – одна из самых острых проблем отрасли. Молодые люди, даже те, кто получает специальное образование, не спешат идти работать на производство. А если кто-то и приходит, то, как правило, с низкой квалификацией. Дело не только в низких зарплатах – сам престиж профессии низок. Поэтому существенно ощущается дефицит специалистов. Так, например профессия «швея» занимает 12 место в списке востребованных профессий Новосибирской области.

Один из возможных выходов из сложившейся ситуации в создании образовательного ресурсного центра. Такой центр, снабженный самым современным технологическим оборудованием, сможет готовить специалистов, столь необходимых легкой промышленности. В перспективе было бы весьма полезным создание образовательно-производственного кластера, когда детей, имеющих интерес к данной сфере деятельности, выявляли бы еще на уровне средней школы, а потом готовили бы из них профессионалов.

Руководители бизнеса могли бы принять самое непосредственное участие в составлении обучающих программ, тогда бы они получали именно тех специалистов, какие им требуются [3].

Несмотря на достаточно сложную ситуацию на рынке одежды, промышленный упадок на самом деле оказался не таким существенным, как предполагали, многие фирмы, специализирующиеся на выпуске и продаже одежды. При желании, компании находят и возможности импортозамещения, и более эффективные каналы продвижения, и более рабочие методики обучения персонала или франчайзинга.

#### Литература

1. Ключева И.С., Крымская О.Н. Технопарки РФ: сравнительный анализ // Вестник науки и творчества. М., 2016. № 8 (8). С. 70–78.

2. Кризис в России в 2017 году: мнение экспертов [Электронный ресурс]. URL: <http://rusdni.ru/ekonomika/novosti/krizis-v-rossii-v-2016-godu-mnenie-ekspertov.html> (дата обращения: 12.03.2017).
3. Кто удовлетворит спрос? [Электронный ресурс]. URL: <http://rustm.net/catalog/article/687.html> (дата обращения: 12.03.2017).
4. Машинист, запусти локомотив [Электронный ресурс]. URL: <http://www.odnako.org/almanac/material/mashinist-zapusti-lokomotiv/> (дата обращения: 14.03.2017).
5. Становление и развитие PR в мире моды в современной России [Электронный ресурс]. URL: <http://bibliofond.ru/view.aspx?id=818181> (дата обращения: 15.03.2017).
6. Международный трейд центр [Электронный ресурс]. URL: <http://www.intracen.org>. (дата обращения: 12.03.2017).
7. Тяжёлый кризис лёгкой промышленности [Электронный ресурс]. URL: <http://провэд.рф/analytics/research/27748-tyazhyolyu-kpizis-lyogkoу-ppromyshlennosti.html> (дата обращения: 12.03.2017).
8. Что мешает легкой промышленности победить китайский импорт [Электронный ресурс]. URL: [http://www.beboss.ru/journal/franchise/articles/2937-the\\_crisis\\_of\\_2016\\_in\\_russia](http://www.beboss.ru/journal/franchise/articles/2937-the_crisis_of_2016_in_russia) (дата обращения: 12.03.2017).

**УДК 338.1**

***И.А. Токарь, студентка***

*Научный руководитель: А.В. Тагирова, преподаватель  
г. Нижневартовск, Нижневартовский государственный университет*

## **ПРОБЛЕМЫ КОНКУРЕНЦИИ В СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ**

В последнее время экономика Российской Федерации получила отличную почву для развития отечественной экономики. В 2014 году по отношению к России введен ряд санкций. Санкции в связи с присоединением Крыма и конфликтом на востоке – ограничительные политические и экономические меры, введенные в отношении России. Первоначально условия эмбарго казались очень жесткими. Сегодня в России принят ряд мер, способствующих развитию и поддержки экономики Российской Федерации. Введение санкций против России стимулировало развитие отношений со странами Южной Америки, Азии, Ближнего востока, укрепление организации БРИКС [7], а также сотрудничество с Арменией, Белоруссии, Казахстаном, Киргизией, что привело к созданию Евразийского Экономического Союза [4] в целях всесторонней модернизации, кооперации и повышения конкурентоспособности национальных экономик и создания условий для стабильного развития. Анализируя ситуацию по российским регионам можно отметить, что необходимо обеспечить конкурентоспособность региона именно в глобальной экономике [5].

По мнению многих экспертов, антироссийские санкции не достигли своей цели [3], и при этом наносят экономический вред тем странам, которые их ввели. Так же санкции стали мощным стимулом для развития импортозамещения в России, особенно с учётом введенных российским правительством контрсанкций, ограничивающих закупки многих западных товаров, в стране снизился уровень зависимости от западных товаров и технологий, в связи с мощной политикой поддержки отечественного производства. Высокая степень конкуренции на рынке заставляет предпринимателей применять новшества в бизнесе, будь то новый вид товара или услуги, новый подход в управлении персоналом, новое оборудование и др. [11]. С российским эмбарго в стране увеличилось число предприятий, что привело к более развитой конкурентной среде.

Тем не менее условия конкуренции в Российской Федерации достаточно тяжелые. Конкуренция стимулирует технический прогресс, способствует развитию экономики, продвижению отечественных товаров на мировой рынок. Созданию полноценной конкурентной среды в нашей стране мешает засилье монополий, несовершенство антимонопольного законодательства и многое другое.

Что такое конкуренция? Существует несколько понятий экономической конкуренции. В общем понимание конкуренция – это соперничество (борьба) между несколькими предприятиями, с целью получения наиболее выгодного положения на рынке товаров или услуг. Так, например, в Большом экономическом словаре Борисова А.Б. слово конкуренция означает состязание между экономическими субъектами: борьба за рынки сбыта товаров с целью получения более высоких доходов, прибыли, других выгод. Согласно Федеральному закону «О защите конкуренции», слово конкуренция следует понимать, как «соперничество хозяйствующих субъектов, при котором самостоятельными действиями каждого из них исключается или ограничивается возможность каждого из них в одностороннем порядке воздействовать на общие условия обращения товаров на соответствующем товарном рынке» [6].

Несомненно, конкуренция является важной составляющей рыночной экономики. Из-за конкуренции предприниматели в России улучшают качество производимой продукции для конкурентоспо-



собности своего товара, предприниматели имеют стимул для выпуска нового вида продукции, помогает ускорять технический прогресс.

Однако в некоторых отраслях уровень конкуренции крайне слабый. Премьер-министр Дмитрий Медведев на 9 бизнес-форуме «Деловой России» отмечал, что уровень конкуренции в России весьма низок [9]. В настоящее время сохраняется ряд таких проблем как недобросовестная конкуренция и злоупотребление положением на рынке, недостаточная законодательная база, регулирующая конкуренцию.

С высоким темпом развития рыночной экономики в Российской Федерации законодательная база, регулирующая конкуренцию должна так же иметь гибкий характер и быстрое развитие для поддержания высокого уровня конкуренции в стране. В современном мире нормативно-правовая база по вопросам конкуренции мало обновляется и подвергается реакции. Последняя редакция ФЗ № 135 датирована 26.07.2006. Перед государством стоит задача развития добросовестной конкуренции, создание комфортных и равных условий для бизнеса как малых предприятий, так и крупных, недопущение возникновения монополизации рынка. Для этого Министерство Российской Федерации по антимонопольной политике и поддержке предпринимательства должно выполнять следующие функции:

- совершенствование имеющийся нормативной базы;
- контроль за соблюдением антимонопольного законодательства;
- создание условий для конкурентной борьбы;
- развитие субъектов малого и среднего бизнеса для формирования конкурентной среды;
- обеспечение единства экономического пространства;
- пресечение монополистической деятельности и недобросовестной конкуренции;
- контроль за соблюдением нормативной базы закупок продукции, товаров, работ, услуг и т.д.

[1].

В современности сложно говорить о полномасштабном выполнении плана по воплощению возможностей государства в активном регулировании конкурентных отношений, однако еще недавно, казалось бы, кризисная ситуация начинает меняться к лучшему. Правительство Российской Федерации для создания добросовестной конкуренции пытается всячески поддерживать малые и средние предприятия (льготы, упрощенная система бухгалтерского учета, упрощенная система налогообложения и т.п.), так как именно они помогают создать конкурентную среду как внутри рынка вместе с крупными предприятиями, так и между микропредприятиями, а также малого и среднего бизнеса. Деятельность предпринимателей, владеющих малым и средним бизнесом, помогает рынку изменяться и развиваться, поддерживать должный уровень конкурентной борьбы. Но иногда этой поддержки бывает недостаточно и малый и средний бизнес закрывается, так и не раскрыв свой потенциал, подавленные крупными предприятиями монополистами.

Еще одной не менее важной проблемой является недобросовестная конкуренция. Под словосочетанием недобросовестная конкуренция согласно статье 4 Федерального закона 135 «О защите конкуренции» следует понимать любые действия хозяйствующих субъектов, которые направлены на получение преимуществ при осуществлении предпринимательской деятельности, противоречат законодательству Российской Федерации, обычаям делового оборота, требованиям добропорядочности, разумности и справедливости и причинили или могут причинить убытки другим хозяйствующим [6]. Для пресечения недобросовестной конкуренции в России существует Федеральная Антимонопольная Служба, большинство предпринимателей оценивают изменения в конкурентной среде благодаря этой службе как положительные. Каждый год Федеральная Антимонопольная Служба представляет доклад о проделанной работе. В докладе за 2015 год отмечается рост количества унитарных предприятий во всех отраслях экономики приблизительно на 10%, что говорит о повышении уровня конкурентной способности по всей стране [12]. Также с каждым годом ужесточаются карательные меры за нарушение антимонопольного законодательства, при совершении этих деяний наступает уголовная ответственность. Уголовным наказанием являются штрафы, запрет на осуществление предпринимательской деятельности или лишение свободы сроком до 7 лет [6].

Но, к сожалению, тенденция к недобросовестной конкуренции растет с каждым годом. Так, например, 16 февраля 2017 произошел инцидент на рынке сотовых услуг. Сотовый оператор «Мегафон» возбудил уголовное дело против компании конкурента «МТС» за копирования фирменного стиля стартовых комплектов и сим-карт тарифа «Свободный». По решению Федеральной Антимонопольной Службы эти действия нарушают требования закона о защите конкуренции и признаются недобросовестной конкуренцией [9].

На современном этапе уровень развития конкуренции в России достаточно слабый, но он улучшается с каждым годом. Еще в 2015 году Россия согласно рейтинг конкурентоспособности за-

нимала 53 место, на 2016 год Россия выходит на 43 ступень, что говорит о ежегодном положительном развитии уровня конкуренции в РФ [2]. Современным российским предприятиям при выработке собственных стратегий конкуренции приходится учитывать несовершенство законодательной базы предпринимательства, бороться с предпринимателями, которые создают дискриминационные условия, быть готовыми к сложному вхождению на рынок сложности вхождения на рынок. После заседания правительства стало известно, что к 1 марта 2017 года разработан и утвержден план о развитии конкуренции в различных отраслях экономики и изменениях в контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд [8]. Это свидетельствует о дальнейшем улучшении состояния рыночной экономики в России.

Таким образом, конкуренция, несомненно, является важным регулятором на рынке. Тенденция к усилению конкуренции замечается уже практически во всем мире. С введением санкций Российская Федерация оказалась в непростом положении. Определенные аспекты конкуренции в России требуют доработок и переработок, но сравнивая состояние конкуренции в России сейчас и десятилетие назад, можно сказать, что мы продвинулись вперед и сейчас Российская Федерация находится на стадии когда государство всеми силами ищет пути решения проблем, сравнивает опыт других стран и опыт прошлого, чтобы переложить его на настоящее, делает все возможное для стабилизации экономики в стране и создания только добросовестной конкуренции.

#### Литература

1. Гуманитарно-правовой портал. URL: <https://psyera.ru> (дата обращения: 22.02.2017).
2. Гуманитарные технологии. Информационно-аналитический портал. URL: <http://gtmarket.ru/> (дата обращения: 23.02.2017).
3. Главные новости Газета.ru. URL: <https://www.gazeta.ru> (дата обращения: 22.02.2017).
4. Евразийская экономическая комиссия. URL: <http://www.eurasiancommission.org/> (дата обращения: 23.02.2017).
5. Козлова О.А. Маркетинговый подход к повышению конкурентоспособности региона в глобальной экономике // Труды Уральского государственного экономического университета: сборник научных статей в 2 т. / отв. за вып. Е.Б. Дворядкина; ред. кол.: В.Ж. Дубровский, М.С. Марамигин, А.Ю. Коковихин, В.П. Соловьева. Екатеринбург, 2016. С. 72–76.
6. Официальный сайт компании «КонсультантПлюс». URL: <http://www.consultant.ru/> (дата обращения: 12.02.2017).
7. Официальный сайт председательства Российской Федерации в БРИКС. URL: <http://www.brics2015.ru/> (дата обращения: 22.02.2017).
8. Правительство России. URL: <http://government.ru> (дата обращения: 22.02.2017).
9. Русская газета. URL: <https://rg.ru> (дата обращения: 22.02.2017).
10. РИА новости. URL: <https://ria.ru> (дата обращения: 22.02.2017).
11. Тагирова А.В. Инновационное предпринимательство в России: малый формат // Экономика и социум. 2014. № 4 (13). С. 1193–1197.
12. Федеральная антимонопольная служба. URL: <http://fas.gov.ru> (дата обращения: 22.02.2017).

УДК 336.722.117.2

**А.М. Яковлева, студент**

*Научный руководитель: А.А. Иванькова, преподаватель  
г. Нижневартовск, Нижневартовский социально-гуманитарный колледж*

## ДЕПОЗИТЫ КАК ИСТОЧНИК ФОРМИРОВАНИЯ РЕСУРСОВ СОВРЕМЕННОГО КОММЕРЧЕСКОГО БАНКА

У физических и юридических лиц, могут содержаться не используемые денежные ресурсы. Банки же могут поспособствовать грамотному и взаимовыгодному для обеих сторон использованию денежных средств. Свободные от использования денежные средства не просто лежат, а идут в своеобразный оборот, что повышает их полезность. Коммерческие банки для осуществления своей коммерческой деятельности должны иметь в своем распоряжении определенную сумму денежных средств.

Как и всякий хозяйствующий субъект, банк для обеспечения своей деятельности должен владеть определенной суммой денежных средств и материальными активами, которые и составляют его ресурсы. Источником формирования ресурсов банка считается совокупность собственных и привлеченных средств, имеющихся в распоряжении банка. Исследование ресурсной базы коммерческого банка, как и любого другого коммерческого предприятия, предполагает анализ собственного капитала и привлеченных средств, составляющих ресурсную базу банка.

Ресурсы коммерческих банков – это их собственные капиталы и фонды, а также средства, привлеченные для активных операций банков [2, с. 3].

Вкладные, либо депозитные операции банка – это часть его пассивных операций, итогом проведения которых обязано являться повышение той доли привлеченных средств банка, которая формируется за счет добровольного размещения у него клиентами, а также иными кредитными организациями собственных временно свободных средств на согласованных сторонами условиях конкретно в качестве банковского депозита [4, с. 3].

Вклады принимаются только банками, имеющими такое право в соответствии с лицензией, выдаваемой Банком России, участвующими в системе обязательного страхования вкладов физических лиц в банках и состоящими на учете в организации, осуществляющей функции по обязательному страхованию вкладов.

Банки обеспечивают сохранность вкладов и своевременность исполнения своих обязательств перед вкладчиками. Привлечение средств во вклады оформляется договором в письменной форме в двух экземплярах, один из которых выдается вкладчику.

Депозиты, являются главным видом пассивов, а также важным ресурсом для проведения активных кредитных операций для коммерческих банков. За счет заемных средств формируется около 95% общей суммы активов коммерческих банков. От характера депозитов зависят виды ссудных операций, а соответственно, и размеры доходов банков.

Для вкладчика, депозиты являются потенциальными средствами. Они выступают в двух ролях: с одной стороны как денежные средства, с другой как капитал, приносящий доход. Доход по вкладу выплачивается в денежной форме в виде процентов. Вклад возвращается вкладчику по его первому требованию в порядке, предусмотренном для вклада данного вида федеральным законом и соответствующим договором [4, с. 3].

Депозиты составляют основную часть привлеченных ресурсов коммерческих банков, т.е. денежные средства, внесенные в банк клиентами и используемые ими в соответствии с банковским законодательством.

Депозитная политика – это стратегия и тактика в области привлечения средств от вкладчиков и кредиторов и построения оптимальной структуры депозитных источников банковских ресурсов, умелое управление ими в будущем.

Стратегия депозитной политики направлена на формирование качественного депозитного портфеля.

Депозитный портфель банка – балансовый остаток на текущих, расчетных и депозитных счетах юридических и физических лиц на определенную дату.

Управление портфелем банка, которое в наибольшей степени отвечает его целям, изложенной в банковской политике, является основной задачей банкиров. Несомненно, такими целями управления портфелем для коммерческого банка является рост прибыли при поддержании необходимого уровня ликвидности и надежности банка [5, с. 3].

Проведем оценку структуры депозитного портфеля физических лиц ПАО «Сбербанк России» на 1.01.2015, 1.01.2016. в таблице 1.

Таблица 1

**Состав и структура депозитного портфеля ПАО «Сбербанк России» по срокам 1.01.2015, 1.01.2016**

Виды депозитов	1.01.2015		1.01.2016		Отклонения
	Тыс. руб.	%	Тыс. руб.	%	
Депозиты до востребования	38866281	0,61	36659725	0,47	- 5,68
Депозиты до 30 дней	68426171	1,07	75029361	0,96	+9,65
Депозиты от 31 – 90 дней	162681161	2,53	172184836	2,19	+5,84
Депозиты от 91 – 180 дней	291734155	4,54	365803439	4,67	+25,39
Депозиты от 181 дней – 1 года	971535625	15,14	4354870314	55,61	+348,25
Депозиты от 1 года – 3 лет	443115549	69,05	2448204766	31,26	- 44,75
Депозиты свыше 3х лет	453180795	7,06	378315225	4,83	- 16,52
Итого:	6417579685	100	7831067666	100	+22

Объем депозитного портфеля физических лиц увеличился 1.01.2016 года по сравнению с 1.01.2015 годом на 22%. И составил 7831067666 (в общем объеме привлеченных средств – 38,43%). Банк сохранил свою специализацию на организацию сбережений населения, т.к. удерживает лидирующую позицию на рынке привлечения средств от населения (43%;44%) и в структуре привлеченных им ресурсов на 1.01.2016 год доля привлеченных депозитов от населения составляет 38,43%

На 1.01.2015 года, депозиты сроком от одного года до трех лет в структуре депозитного портфеля занимали лидирующую позицию – их доля составляла 69,05%, но на 1.01.2016 года, позиции были потеряны, т.к. удельный вес депозитов от одного года до трех лет снизился до 31,26%.

Депозиты сроком привлечения от 181 дня до 1 года на 1.01.2016 года в структуре привлеченных депозитов от населения составили 55,61%, депозиты от одного года до трех лет составили 31,26%.

Банковские вклады – форма организации сбережений физических лиц путем привлечения, принадлежащих им свободных денежных средств и размещения их на соответствующих счетах в банках с целью сохранения и получения доходов в виде процента.

По договору банковского вклада (депозита) одна сторона (банк), принявшая поступившую от другой стороны (вкладчика) или поступившую для нее денежную сумму (вклад), обязуется возвратить сумму вклада и выплатить проценты на нее на условиях и в порядке, предусмотренных договором [1, с. 3].

Договор банковского вклада должен быть заключен в письменной форме, в двух экземплярах (первый – клиенту, второй – банку) [1, с. 3].

Вкладчик передает банку, а банк принимает у вкладчика, денежные средства и обязуется возвратить сумму вклада и уплатить проценты на условиях, указанных в договоре. При выполнении обязательства по договору Банк и вкладчик руководствуются договором, правилами и законодательством Российской Федерации [3, с. 3].

Предметом договора выступают деньги (вклад рублевый, валютный). Вкладчик может передать деньги наличными или в безналичной форме.

Коммерческий банк – организация, созданная для привлечения денежных средств и размещения их на условиях платности, возвратности, организующая движение ссудного капитала и платежный оборот в целях получения прибыли. Коммерческие банки являются ведущим элементом банковской системы. В рыночной экономике банки опосредуют движение денег.

Пассивные операции коммерческого банка – операции по формированию банковских ресурсов, которые делятся на две группы:

1. Собственные ресурсы – средства, принадлежащие непосредственно банку и не требующие возврата (они необходимы для поддержания его устойчивости и ликвидности)
2. Привлеченные ресурсы – средства, требующие возврата их владельцам (юридическим и физическим лицам).

Обязательства представляют собой наибольшую долю ресурсов коммерческого банка, используемую на определенных условиях в качестве финансового источника.

Укрепление депозитной базы очень важно для банков. За счет увеличения общего объема вкладов и расширения круга вкладчиков (юридических лиц и физических лиц), можно улучшить организацию привлечения депозитов. Этого можно достичь путем расширения депозитных счетов юридических и физических лиц, что позволит удовлетворить потребности клиентов, улучшить обслуживание и повысить заинтересованность в размещение денежных средств во вклады.

Как было сказано ранее, у физических и юридических лиц, могут содержаться не используемые денежные ресурсы, банки же могут поспособствовать грамотному и взаимовыгодному для обеих сторон использованию денежных средств. Свободные от использования денежные средства не просто лежат, а идут в своеобразный оборот, что повышает их полезность. Коммерческие банки для осуществления своей коммерческой деятельности должны иметь в своем распоряжении определенную сумму денежных средств.

Депозиты являются основным источником формирования ресурсов современного коммерческого банка.

#### Литература

1. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть вторая) от 26.01.1996 № 14-ФЗ (ред. от 23.05.2016). Глава 45. Банковский счет.
2. Маркова О.М. Организация деятельности коммерческого банка: Учебник [Электронный ресурс]. – М.: ИД ФОРУМ, НИЦ ИНФРА-М, 2016. – 496 с. Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=522039>.
3. О банках и банковской деятельности: Федеральный закон от 3 февраля 1996 № 17-ФЗ, ст. 36 (со всеми поправками и изменениями).
4. Тавасиев А.М. Банковское дело: управление кредитной организацией: Учебное пособие [Электронный ресурс]. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2011. – 640 с. Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=511940>.
5. Климович В.П. Финансы, денежное обращение и кредит: Учебник. – 4-е изд., перераб. и доп. – М.: ИД ФОРУМ: НИЦ ИНФРА-М, 2013. – 336 с. Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=400689>.

# СЕКЦИЯ «ФОРМИРОВАНИЕ И РАЗВИТИЕ ТУРИСТСКОГО КОМПЛЕКСА»

УДК 338.48

**М.О. Азанов, студент**

*Научный руководитель: Е.Г. Радыгина, канд. пед. наук, доцент  
г. Екатеринбург, Уральский государственный педагогический университет*

## СПОРТИВНЫЙ ТУР ПО РЕКЕ ЧУСОВАЯ

Спортивный туризм является неотъемлемой частью жизни большей части населения Среднего Урала, оказывая положительное влияние на человека, поддерживая здоровье и хорошую физическую форму. Спортивный туризм – это вид спорта, имеющий целью спортивное совершенствование человека в преодолении естественных препятствий с помощью различной техники и тактики.

Большое разнообразие разновидностей спортивного туризма говорит о его популярности, актуальности и важности. Он возможен для любой возрастной категории туристов, в него входят различные способы передвижения, уровни сложности и продолжительности. Любой человек может выбрать приемлемый вид спортивного туризма для себя.

Особенностями спортивного туризма являются: наличие природно-рекреационных условий при организации спортивных туров; наличие масштабной материальной базы; наличие квалифицированных и опытных инструкторов по соответствующему виду спорта, мастеров и кандидатов в мастера спорта для работы с туристами; географичность; комплексность; классификация по сложности

Сплавы по рекам относятся к водному спортивному туризму. Водный туризм – это один из видов спортивного туризма, который заключается в преодолении маршрута по водной поверхности. Выделяют несколько видов водного туризма: парусный туризм, сплав по рекам, морской каякинг, рафтинг; а также шесть категорий сложности: от легких до сверхтрудных.

Водный туризм является самым популярным активным развлечением, так как имеют минимальную стоимость; подходят и для любителей физических нагрузок и для любителей пассивного наблюдения; дают возможность расслабиться и отдохнуть, не прекращая движения; считаются одним из самых безопасных видов отдыха; включают сопутствующие развлечения: купания, рыбалка.

Чусовая – самая живописная река Среднего Урала и является левым притоком Камы. Это единственная река, текущая в Европе и в Азии. Протекает по территории трех областей: Пермской, Челябинской и Свердловской. Площадь бассейна 42 000 кв. км. Длина реки 777 км.

Ежегодно полюбоваться красотами Чусовой едут тысячи любителей уральской природы. Это единственная река, которая пробила проход с одного склона Уральских гор с востока на другой – запад и текущая и в Европе, и в Азии. Она начинается на восточном склоне Среднего Урала Челябинской области, в среднем течении она дважды переходит из Свердловской области в Пермскую и заканчивается в районе г. Перми – в Камском водохранилище. Сплавы можно по Чусовой как весной, так и летом.

На реке Чусовой можно выделить 9 основных участков для сплава:

1. п. Коуровка – Нижнее Село – Трека – камень Лебяжий. Категория сплава на этом участке 1. Данный участок реки считается одним из самых простых.

2. Камень Лебяжий – Староуткинск – Мартяново. 1 категория сложности. На этом участке Чусовой находится природный парк «Оленьи ручьи» где можно организовать как водные, так и пешие маршруты.

3. Мартяново – Сулём – камень Толстик. 1–2 категория сложности. Основными достопримечательностями на данном участке являются: деревня Мартяново, камень Печка (Львиная Пасть), Село Сулём, музей под открытым небом.

4. Усть-Утка – Харёнки – камень Журавлик. 1–3 категории сложности (в зависимости от сезона). Из достопримечательностей деревни открытие музея Сергея Есенина под открытым небом. Также Камень Дождевой, в нём пещера Шамана, где были найдены захоронения шамана.

5. Камень Журавлик – Кын – Верхняя Ослянка – камень Омут. 1–3 категории сложности (в зависимости от сезона). Во время сплава можно увидеть Камень Новиков, в котором есть сквозная пещера и большая красивая арка.

6. Нижняя Осянка – река Кумыш. 1–3 категории сложности (в зависимости от сезона). Основными достопримечательностями данного участка считаются: руины Коноваловского завода.

7. Река Кумыш – Усть-Койва – лагерь Створ. 1–2 категории сложности (в зависимости от сезона). Здесь есть несколько пещер и самая большая на Чусовой арка – Царские Ворота. Пещера Чудесница, Бывший политический лагерь «Створ».

8. Поньш – город Чусовой. 1 категория сложности. На этом участке находится удивительное по красоте Озеро Голубое. И одна из глубочайших подводных пещер в Пермском крае.

9. Нижнее течение реки Чусовой – это участок реки от города Чусового до ее слияния с Камой, близ Перми. Тут Чусовая приобретает характер равнинной реки и не пригодна для туристического сплава. Близ реки Чусовой находится единственный в России музей политических репрессий «Пермь-36».

Нами были рассмотрены турфирмы, реализующие туры по реке Чусовой (табл. 1)

Таблица 1

**Сравнение фирм по основным показателям**

Показатели	Аркаим-Трэвел	Дискавери	Актив Урал	Клуб Искателей Путешествий
Размер предприятия	1 офис в Екатеринбурге	1 офис в Екатеринбурге	1 офис в Екатеринбурге	1 офис в Екатеринбурге
Виды туруслуг	Широкий выбор туров по России	Широкий выбор туров по России и за рубежом	Широкий выбор туров по России	Широкий выбор туров по России
Стоимость туруслуг	От эконом – класса до все включено	От эконом – класса до все включено	От эконом – класса до все включено	От эконом – класса до VIP + экстрим туры
На чем специализируются	Качество оказываемых услуг	Максимальная свобода выбора в планировании поездки	Эксклюзивности	Эксклюзивности
Оплата по безналичному расчету	Нет	Есть, работает	Нет	Нет
Расположения офисов	В центре города с местом для парковки	В центре города с местом для парковки	В центре города с местом для парковки	В центре города с местом для парковки
Реклама	Есть	Мало рекламы	Есть	Мало рекламы
Внедрение новых услуг	Есть	Почти нет	Есть	Есть
Наличие дополнительных услуг	Есть	Есть	Есть	Есть

Нами был разработан водноспортивный тур «Сплав по реке Чусовая» (4 дня/3ночи) по маршруту: Екатеринбург – д. Слобода – к. Боярин – Камень Софронинский – Камень Богатырь в Староуткинске – к. Максимовский – к. Мосин – с. Чусовое – Екатеринбург (рис. 1).

Цель тура – сплавиться по реке Чусовой, узнать ее историю, отдохнуть, посмотреть достопримечательности. Категория туристов: от 8 лет, семьи, молодежь, старшее поколение. Ценовая категория: Эконом.

#### Программа тура

1-ый день: 9:00 ч. – выезд из г. Екатеринбург от Театра Эстрады. Трансфер до д. Слобода; 11:00 ч. – прибытие в д. Слобода; встреча с инструкторами (Свердловская обл., д. Слобода, на берегу реки Чусовая, у турбазы «Чусовая»); чаепитие с пирогами, на берегу реки Чусовая (При заказе!); инструктаж по технике безопасности, погрузка вещей; с 11:30 ч. – сплав по реке Чусовая; 14:00 остановка на обед, купание; продолжение сплава; 20:00 ч. – прибытие на место стоянки – левый берег от камня Боярин; вкуснейший ужин у костра, приятные знакомства, игры и конкурсы от инструкторов, а также при желании игры с мячом, дартс и пр.; ночлег в палатках на берегу реки Чусовая.

2-ой день: Подъем, завтрак; свободное время на берегу реки (можно порыбачить, позагорать, покупаться в реке, поиграть с мячом или в дартс и пр.); продолжение сплава по реке; 14:00 остановка на обед около камня Сафронский; продолжения сплава по пути осмотр красивых камней и фотографии; 20:00 остановка, ужин около камня Богатырь рядом со Староуткинском; походная баня, игры, рыбалка. Свободное времяпрепровождение; ночлег в палатках, на берегу реки.



3-ий день: 9:00 Подъём, завтрак; продолжение сплава по реке; 14:00 остановка на обед около камня Ямный; продолжение сплава; 20:00 остановка на ночлег рядом с камнем Максимовский; ужин, свободное время; ночлег в палатках, на берегу реки.

4-ый день: 9:00 Подъём, завтрак; продолжение сплава по реке Чусовой; остановка на обед, камень Мосин; 17:00 ч. – прибытие в с. Чусовое, сбор, краткая экскурсия и осмотр достопримечательностей; конец маршрута; возвращение в г. Екатеринбург; трансфер с. Чусовое – г. Екатеринбург, Театр Эстрады.

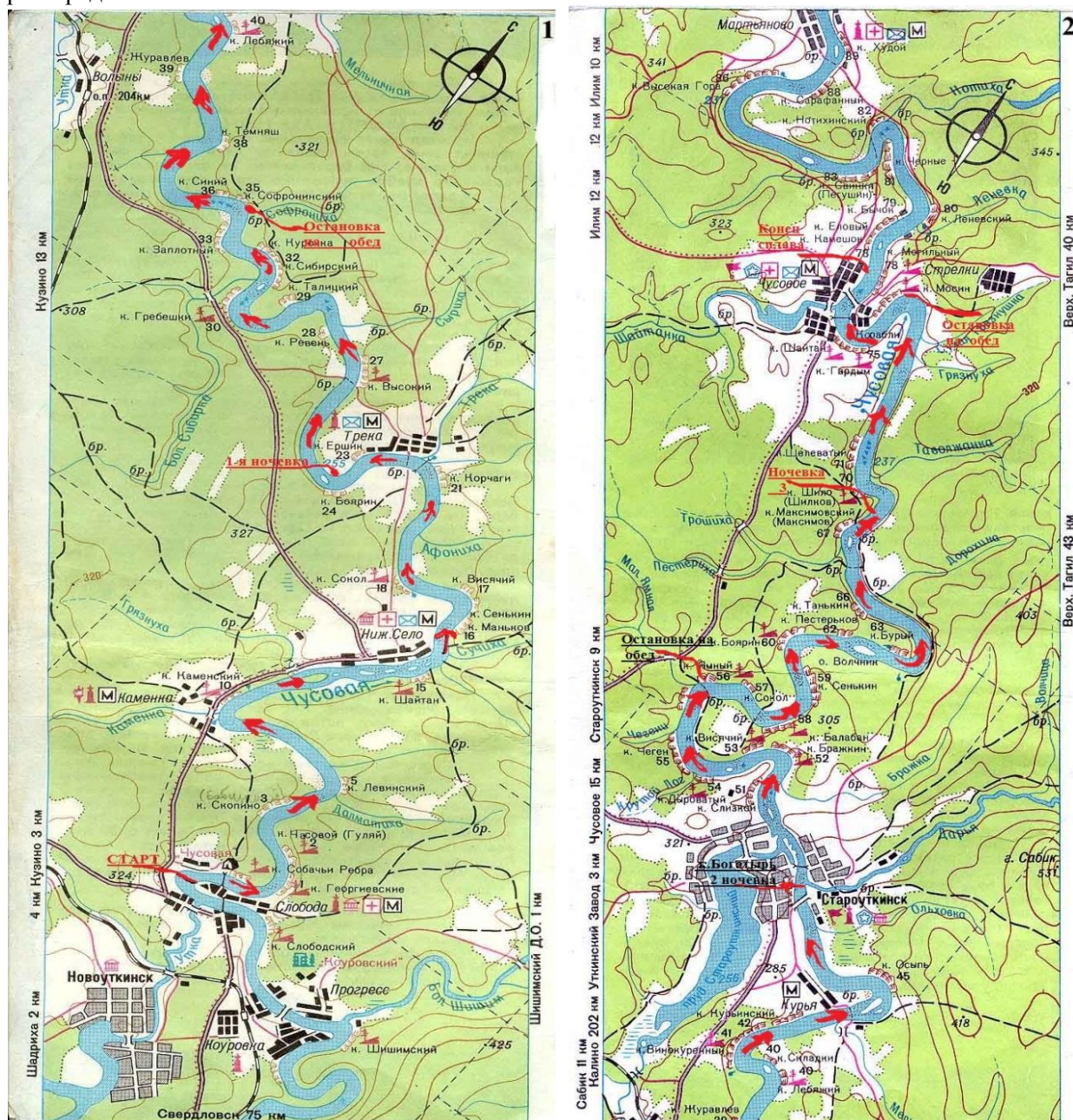


Рис. 1. Маршрут тура «Сплав по реке Чусовая»

Основные показатели маршрута.

Вид маршрута – водный комбинированный маршрут: автомобильный транспорт (автобус) – водный транспорт

Категория порогов: 1

Пункт начала обслуживания группы – г. Екатеринбург

Пункт окончания обслуживания группы – г. Екатеринбург

Протяженность (км) –  $89 + 71 = 160$  км.

Продолжительность тура – 4 дня/3 ночи

Число туристских групп за сезон (май-сентябрь) – 21

Число туристов в группе: 10 человек

Всего туристов по маршруту: 210 человек  
Всего человеко-дней обслуживания: 840  
Начало обслуживания 1-ой группы – 5.05.2016 г.  
Окончание обслуживания последней группы – 25.09.2016 г.  
Далее обслуживание согласно графику заездов.  
Сплав средство: Катамаран 6 местные (2 катамарана)  
Стоимость: 4 109 рублей на человека.  
Цикличность: Весна, лето, осень, начиная с 05.05.2016 г.

Таблица 2

**Маршрут тура «Сплав по реке Чусовая»**

№	Промежуточные населенные пункты	Поставщики услуг	Услуги	Стоимость на 1 чел., (руб.)
1	Екатеринбург, Театр Эстрады	Турфирма	Пассажирская перевозка до деревни Слобода, 89 км	50
2	Д. Слобода	Турфирма, инструктор	Чаепитие, Инструктаж, снаряжение, сплав, обед.	500
3	Камень Боярин	Инструктор, турфирма	Экскурсии, Питание, игры, рыбалка. ночлег	1050
4	Камень Софронинский – Камень Богатырь в Староуткинске	Турфирма, инструктор	Экскурсионные, ночлег в п.у., 3-разовое питание	1050
5	Камень Ямный -Камень Максимовский	Инструктор-экскурсовод	3-разовое питание, экскурсии, ночлег в п.у.	1050
6	Камень Мосин – С. Чусовое	Инструктор-экскурсовод, турфирма	Экскурсионные, обед, транспортные	340
7	г. Екатеринбург, Театр Эстрады	Турфирма	Пассажирская перевозка от с. Чусовое до г. Екатеринбурга 138 км	100

Таблица 3

**Калькуляция тура «Сплав по реке Чусовая»**

Наименование калькуляционных статей	Ед. изм.	Показатели в стоимостном выражении	
		на группу из 10 человек	на 1 туриста
Страховка	руб.	2500	250
Транспортные услуги	руб.	1500	150
Питание	руб.	20000	2000
Услуги инструктора	руб.	2000	200
Проживание	руб.	450	45
Прокат снаряжения для сплава	руб.	7200	720
Итого прямых затрат	руб.	33650	3365
Косвенные расходы	10%	3365	336,5
Затраты по сбыту и реализации	1%	336,5	33,7
Полная себестоимость	руб.	37352	3735,2
Прибыль	10%	3732,2	373,2
Стоимость обслуживания группы		41087	
Стоимость 1 тур. путевки			4109

Стоимость обслуживания группы из 10 человек составляет 41087 руб, на одного туриста цена тура составит 4109 руб. В данную стоимость входит страховка, трансфер, питание, аренда плавсредств и палаток со спальниками, а также услуги инструктора.

Таблица 4

**Экономическая эффективность тура**

Показатель	Всего за 1 тур (10 чел), руб.	Всего за сезон, руб.	На чел., руб.
Выручка	41 087	862 806	4109
Прямые затраты	33 650	706 650	3 365
Косвенные затраты	3 365	70 665	337
Налог на прибыль	611	12 831	61,1
Чистая прибыль	3460	72 660	346

Для оценки экономической эффективности тура и целесообразности его внедрения, проведены расчеты рентабельности. Рентабельность – это прибыльность работы фирмы составляет 8,4%.



Система налогообложения выбрана упрощенная и используется ставка в 15% от прибыли. Общая выручка составила 41 087 руб. за 1 тур.

Окупаемость данного тура происходит при реализации всего 7 путевок, что является экономически выгодным для турфирмы, т.к. в среднем на 1 тур продается 10 путевок.

Полагаю, что разработанный мною маршрут будет способствовать увеличению клиентов и прибыли на предприятии, для которого он разрабатывался.

Также надеюсь, что данная работа дополнит перечень маршрутов по реке Чусовая. Будет способствовать увеличению интереса туристов различного класса к сплаву и ознакомлению с удивительной природой Урала. Поможет узнать много интересного о её истории и природе, об обычаях и традициях местного населения. Также, большое значение придается обеспечению безопасности на маршруте.

#### Литература

1. Изотова М.А. Инновации в социокультурном бизнесе и туризме. М.: Феникс, 2006. 223 с.
2. Маслеников, Е.В. Маршруты Среднего Урала. М.: Аспект Пресс, 1971. 104 с.
3. Основы туристической деятельности. М.: Советский спорт, 2011. 205 с.
4. Река Чусовая. URL: <http://www.nashural.ru> (дата обращения: 20.12.2016)

УДК 338.48

*Д.С. Амангелды, студент*

*Научный руководитель: Г.У. Арыстанкулова, ст. преподаватель  
г. Астана, Казахстан, Евразийский национальный университет им. Л.Н. Гумилева*

## РАЗВИТИЕ МЕДИЦИНСКОГО ТУРИЗМА В ГЕРМАНИИ

Германия – древняя земля, пропитанная величественной и трагической историей. Германия – страна великолепной архитектуры, литературы, искусства и наук. У среднего европейца эта страна ассоциируется с готическими соборами и густыми лесами, средневековыми легендами и превосходным пивом, надежными автомобилями и, разумеется, со знаменитой немецкой медициной. Сегодня Германия является признанным европейским лидером на рынке медицинских услуг, привлекая более полумиллиона медицинских туристов каждый год [1].

Развитие системы здравоохранения в Германии прошло долгий путь становления. На территории этой страны всегда внимательно относились к здоровью человека и вкладывали немало средств в развитие технической и научной базы, изучение болезней, практику хирургического вмешательства.

Как результат – сегодня Германия занимает лидирующие позиции в мире по качеству оказания медицинской помощи.

Эксперты в области медицинского туризма отмечают, что ежегодные доходы страны от посещения иностранных пациентов составляют от 1 до 1,35 млрд евро, а к 2017 году могут достигнуть 4,6 млрд евро. Только в 2015 году в клиники Германии провели лечение 90 000 пациентов из разных стран мира и еще 125 000 наблюдались амбулаторно. Начиная с 2000-х годов, количество пациентов из России увеличилось в 7 раз. Всего, в Германию, едут за медицинскими услугами граждане 178 стран мира [2].

Достаточно активно медицинскими услугами в Германии пользуются пациенты из восточноевропейских стран, России, Румынии, Болгарии, Великобритании, США, Канады, Ирландии, стран Персидского залива и арабских стран.

К основным преимуществам немецкой медицины можно отнести:

- наличие медицинского оборудования высочайшего класса;
- высококвалифицированных врачей;
- возможность выполнения сложных медицинских процедур и операций;
- не стоит проблема личной безопасности благодаря высокостабильному обществу, низкому уровню преступности и отсутствию политических волнений.

Медицина Германии при диагностике использует только самое современное оборудование и наиболее качественные расходные материалы плюс высочайшая квалификация врачей, что позволяет получить максимально точный результат. Следует отметить и тот факт, что в немецких клиниках

большая часть оборудования используется не более 3–5 лет, поскольку в результате износа и старения уменьшается точность и эффективность диагностики [3].

Медицинские стандарты немецких больниц – одни из самых высоких в мире. Современные методы лечения становятся доступными в Германии гораздо раньше, чем в большинстве других стран. Медицинское образование здесь также находится на очень высоком уровне, поэтому состоятельные люди из разных уголков планеты нередко посылают своих детей получать диплом врача в Германию. Немецкие медицинские университеты играют большую роль в международных медицинских исследованиях. Основными ценностями Германии остаются тяжелый и упорный труд, ответственность и пунктуальность в выполнении любого дела. Разве это не то, что нужно качественной медицине?

Медицинские клиники Германии различны по своей структуре и функциям. Главная их ориентация на научную работу медицинских университетов в стране и в мире. Практическая составляющая тесно увязана с теоретической и это прослеживается в том, что клиники, как правило, возглавляют профессора, доктора наук, имеющие свои научные школы.

В подтверждение вышесказанного более подробно рассмотрим ведущие немецкие клиники [4]:

*Клиника протонной терапии в Мюнхене.* Клиника является первым в Европе сертифицированным Специализированным Центром, использующим этот новейший вид облучения в онкологии. Самая современная техника клиники используется еще лишь в трех протонных центрах в мире (в Швейцарии и США).

*Специализированная клиника «Кибер-нож» в Мюнхене.* В университетской клинике Мюнхена онкологическим пациентам предлагается один из самых современных методов лечения онкологических заболеваний – роботассистированный метод облучения – «Кибер-нож». Уже более 5 тысяч пациентов со всего мира прошли успешное лечение в этой клинике.

*Университетская педиатрическая клиника «Хаунершен» в Мюнхене.* Основана клиника в 1846 году, реструктурирована в 1998 г. и с тех пор входит в состав знаменитой университетской клиники Мюнхена. Охватывает весь спектр услуг современной педиатрии. Здесь имеются игровые площадки, воспитатели и детские психологи. Амбулаторно и стационарно лечатся в клинике более 60 тысяч детей в год, в том числе из других стран. Одновременно здесь проводятся научные исследования по таким направлениям как аллергология, нейропедиатрия, нарушения обмена веществ, раннее распознавание болезней и др. Особой известностью пользуются отделения онкологии и гематологии, иммунологии и детской хирургии, ожоговый центр, центр обмена веществ, отделение трансплантологии костного мозга и стволовых клеток.

*Специализированная клиника «Шен» в Фогтаройте.* Клиника расположена в живописной предальпийской зоне, неподалеку от крупнейшего озера Баварии Кимзее на 400 мест. Специализируется в области неврологии, нейрохирургии, эпилептической хирургии, заболеваниях опорно-двигательного аппарата, хирургии позвоночника, сколиоза, ортопедии, хирургии кисти, а также сосудистой хирургии. В ее составе находятся 10 специализированных хирургических клиник, реабилитационный центр и центр заболеваний спины. Клиника занимает лидирующие позиции в мире в области лечения и реабилитации детей с неврологическими или ортопедическими заболеваниями.

*Клиника университета Людвига Максимилиана в Мюнхене.* Это клиника со своей 200-летней традицией, большой авторитет завоевала благодаря наличию высококвалифицированных врачей и сотрудников (около 9 тысяч человек). Клиника является крупнейшим медицинским исследовательским и учебным центром государственного мюнхенского университета им. Людвига Максимилиана и объединяет 44 специализированные учреждения всех областей медицины, которые ежегодно обслуживают более 480 тысяч пациентов.

*Дневная клиника онкологии и гематологии Профессора Херрманна в Мюнхене.* Клиника предлагает все современные методы диагностики и терапии болезней внутренних органов, онкологических заболеваний, заболеваний кроветворной системы, нарушений свертываемости крови, а также аутоиммунных заболеваний. В медицинском учреждении можно пройти различные профилактические обследования, в частности раннее распознавание опухолевых процессов, оценку кардиоваскулярного риска, контроль легочной функции, гормональные обследования, раннее распознавание диабета, определение нарушений жирового обмена веществ и мер по его нормализации).

Немецкое качество стало брендом благодаря стабильно высокой точности диагностики, оснащению клиник по последнему слову техники, а также внимательному отношению как к пациентам из Германии, так и гостям из-за рубежа. Отлично оборудованные реабилитационные центры и использование новейших препаратов для медикаментозного лечения позволяют быстро вернуться к нормальной жизни даже после хирургического вмешательства.

Сегодня Германия достигла успеха во многих областях медицины. В частности, большой популярностью пользуются операции для онкологических больных. Именно в этой стране был разработан и начал активно применяться метод внутриаартериальной химиотерапии. В отличие от классической, когда отравлению подвергается весь организм пациента, этот метод сокращает повреждение здоровых систем человека. Введение активного вещества через катетер прямо в артерию, которая ведет к опухоли – метод, который доказал свою эффективность.

В стремлении победить «болезнь века» – рак, немецкие врачи сделали еще одно открытие. Эмболизация опухоли – лишение новообразования питания позволяет лучше подготовить пациента к операции. С помощью специальных препаратов перекрывается кровоток к опухоли, что препятствует росту и образованию метастазов.

Столь же успешны и многие другие специалисты. Лидерами по внедрению инноваций являются неврологи, ортопеды, офтальмологи, а также гинекологи и урологи. Современный подход к лечению имеют также косметические хирурги. Тысячи успешных операций создали немецким пластикам репутацию одних из самых аккуратных и виртуозных специалистов [5].

Результатом постоянного развития медицины в Германии стал постоянный приток туристов, которые желают пройти лечение под контролем местных высококвалифицированных специалистов, сделать редкую операцию или родить ребенка в немецкой клинике, оснащенной по последнему слову техники. Такая тенденция медицинского туризма в Германии привела к появлению компаний, готовых заняться организацией приема туристов и обеспечением получения квалифицированной помощи.

Германия недаром считается «лечебницей Европы». Доверяя свое здоровье немецким врачам, вы получаете шанс полностью вернуться к нормальной жизни, и намного быстрее, чем вы могли мечтать раньше.

#### Литература

1. Медицинский туризм в Германии. URL: <http://medbe.ru/clinics/kliniki-i-gospitali-germanii/meditsinskiy-turizm-v-germanii>
2. Медицинский туризм в Германии. URL: <http://mednapravlenie.ru/turizm/germaniya.html>
3. Лечение в Германии форум и отзывы. URL: <http://dekllinikreview.com/viewtopic.php?t=93>
4. Клиники Германии. URL: [www.elitmed.de/cliniki\\_bavarii\\_germany/](http://www.elitmed.de/cliniki_bavarii_germany/)

УДК 338.48

**Т.А. Асанбай, студент**

*Научный руководитель: Г.У. Арыстанкулова, ст. преподаватель  
г. Астана, Казахстан, Евразийский национальный университет им. Л.Н. Гумилёва*

## НЕОБЫЧНЫЕ РЕСТОРАНЫ И КАФЕ ГЕРМАНИИ

Гуру маркетинга говорят о том, что для успеха необходимо выделяться. Конкуренция процветает практически во всех областях бизнеса, в ресторанном рынке она особо велика, так что не обойтись без собственной изюминки, а еще лучше – целого килограмма вкусовости. Вот и стремятся хозяева заведений выделиться из череды таких же как они, привлекая тем самым к себе заинтересованных покупателей. Часто качество и оригинальность пищи уходят даже на второй план, уступая место необычному интерьеру

В немецких кофейнях можно, конечно, выпить чашечку кофе и съесть кусочек свежеспеченного пирога. Но на этом функции этих популярных в Германии заведений не заканчиваются.

Конечно, зайдя в любое кафе в Германии, можно выпить кофе и перекусить. Но в меню многих из них есть и куда более необычные «блюда». Большой популярностью пользуются кафе с определенным уклоном: швейное, театральное, музейное, ремонтное, литературное, танцевальное... Или «кафе-невидимка» – по-немецки «unsichtbar»: гости едят и пьют в потемках, а обслуживают их незрячие официанты.

Расскажем же о самых оригинальных идеях в ресторанном бизнесе, которые, как минимум, прославили, а как максимум, озолотили своих создателей [1].

### Ресторан «s'Baggers»

Ресторан s'Baggers, открытый в немецком Нюрнберге. Его отличительной особенностью является то, что в нем полностью отсутствуют официанты. Людей заменила автоматизированная система заказов блюд и их доставки. Идея ресторана пришла в голову предпринимателю Михаэлю Маку по-

сле того, как он на собственной вечеринке чуть не сбился с ног, обслуживая всех гостей. Для того чтобы посетитель мог выбрать еду по вкусу, на столе расположен тач-скрин с помощью которого посетители знакомятся с меню и делают заказы. Для оплаты используется смарт-карта, полученная клиентом, при этом постоянные клиенты имеют скидки. К каждому столу в ресторане проложены своеобразные рельсы, по которым горячие блюда под действием силы тяжести и доставляются клиентам, а для бутылок есть свои держатели. После заказа клиентом блюда на компьютере высвечивается расчетное время ожидания, машина посылает запрос на склад за ингредиентами, а на кухню – сам заказ. Принцип приготовления схож с алгоритмом работы конвейера, вот почему в ресторане быстрое обслуживание и нет очередей. Проблема чистоты решается все же с помощью обслуживающего персонала. Создатель заведения уже запатентовал идею, считая, что именно так и будут работать рестораны будущего [2].

### **Ресторан «Dinner in the Sky»**

Брюссельский Dinner in the Sky предлагает пообедать на высоте в 50 метров над землей. За обычным столом может разместиться 22 человека, также присутствуют три повара, официанты и конферансье. Длина стола составляет 9 метров, а его ширина 5 метров, вес же – 6 тонн. Вся компания вместе с самым столом, а также навесом, светильниками и креслами с ремнями безопасности доставляется к месту назначения подъемным краном. Нижняя же площадка ресторана отдана роялю, на котором музыкант исполняет живую музыку. В итоге общий вес конструкции составляет 22 тонны. Подобный ресторан-аттракцион побывал благодаря своей подвижности во многих странах – в Германии, Венгрии, Словакии, Турции, США и т.д. [3].

### **Кофейня «Zum Arabischen Coffe Baum»**

Настоящей Меккой кофейных паломников в Германии считается старейшая из сохранившихся поныне немецких кофейен – «Zum Arabischen Coffe Baum» («У арабского кофейного дерева») в Лейпциге. Здесь вот уже более 300 лет гостей потчуют заветным напитком.

За минувшие столетия завсегдатаями кофейни были ученые и поэты, писатели и музыканты, философы и политики. В свое время здесь бывали Э.Т.А. Гофман, Рихард Вагнер (Richard Wagner), Иоганн Вольфганг фон Гете (Johann Wolfgang von Goethe). Одно из помещений носит имя композитора Роберта Шумана (Robert Schumann). Рассказывают, что в 1990 году Гельмут Коль (Helmut Kohl) обдумывал здесь планы объединения Германии.

Кафе свято хранит свои традиции и радушно предлагает желающим ознакомиться с историей кофейпития: многочисленные экспонаты позволяют воочию убедиться в неугасаемой любви немцев к кофе. В многоэтажном здании кофейни, напоминающей настоящий музей, сегодня также находится и ресторан [4].

### **Кофейня «Sherlock»**

Убийственно ароматный кофе подают в кафе «Sherlock», названном в честь гениального мастера дедукции Шерлока Холмса. Приверженцы детективных приключений разочарованы не будут: в Хиллсхайме, расположенном в национальном парке Айфель, встречаются те, кого объединяет страсть к расследованию преступлений.

Кафе «Шерлок» – первая «детективная» кофейня, обстановка которой выдержана в духе викторианской эпохи родины знаменитого героя Артура Конан Дойла. Кроме того, это своеобразный музей, в котором собрано все, что касается детективного жанра. Гостей здесь ожидают герои Агаты Кристи, Альфреда Хичкока, Эдгара Уоллеса.

Владельцы этого заведения настоятельно советуют запастись... временем: уникальная библиотека «дома детективов», а также уютная мебель – кресла и диваны – располагают к длительному пребыванию. Можно сыграть в карты, решить очередную головоломку или отведать «черной крови» – так здесь именуют кофе особого приготовления.

Внимательно понаблюдать за посетителями можно за чашкой «шоколада Пуаро», «смертельного какао» или чая по рецепту мисс Марпл. А если «расследование» затягивается, в меню кафе имеются и блюда поплотнее: овощной супчик «а-ля мадам Мегрэ» или «мафиозные сэндвичи» [5].

### **Кафе «Schnurrke»**

В обыкновенный будний день в Кельне, в три часа дня почти все столики в кафе заняты. Посетители – несколько студентов, молодая пара с трехлетним малышом, две оживленно беседующие престарелые дамы – здесь, похоже, не впервые. А между столиками свободно разгуливают кошки.

Кафе «Schnurrke» («Мурлыка») – первое «кошачье» кафе в Кельне. По словам владелицы и доброй феи этой необычной кофейни Сабрины Сабо (Sabrina Szabo), «Мурлыка» – продолжатель тайваньской традиции. Именно там в конце минувшего тысячелетия уличных кошек впервые «интегри-

ровали» в небольшие кафе, где можно выпить горячий напиток, погладить мурлыкающее животное и обрести тем самым равновесие и гармонию. Причем счастливы, как правило, и гость, и кошка.

К сведению скептиков: в кафе соблюдаются строгие правила гигиены для поваров и официантов (вегетарианские супы и бутерброды готовятся в отдельном помещении), но есть также и нормы поведения для посетителей. Собственных кошек и собак (а по словам владелицы, такие случаи уже были) приводить сюда запрещается. Зато гладить, кормить и даже фотографировать – без вспышки! – кошек, еще недавно бродивших по улицам испанских городов, можно, сколько душе угодно [5].

#### **Ресторан «Sphere (Сфера)»**

Один из самых известных ресторанов Берлина, который находится на высоте 203 метров. Он расположен под обзорной площадкой телевизионной башни Berliner Fernsehturm, являющейся самым высоким сооружением в Германии. В течение получаса ресторан вращается вокруг своей оси, что позволяет посетителям увидеть город со всех сторон. Этот ресторан является одной из главных достопримечательностей Берлина. Также «Сфера» славится своей вкуснейшей кухней и относительно демократичными ценами. Столики сюда следует заказывать заранее, особенно на праздничные и выходные дни [6].

#### **Ресторан «Pets Deli»**

Этот ресторан открылся не так давно и расположен в Грюнвальде – одном из районов Берлина. Его необычность заключается в том, что клиентами данного заведения являются кошки и собаки. Меню для четырехлапых посетителей, которое разрабатывали специалисты-диетологи, весьма разнообразно: несколько видов мяса (помимо говядины и свинины, есть кенгурятина), овощи, различные гарниры. Кроме того, повара приготовят любое блюдо на заказ. Но хозяевам животных ресторан Pets Deli готов предложить лишь чашку кофе [7].

#### **Ресторан «Madame Claude»**

Еще одно знаменитое место в Берлине. Внутри помещения создается впечатление, что мир вдруг перевернулся с ног на голову. Здесь столы, стулья, барная стойка «стоят» над головой – на потолке, а кухонная утварь на полках, картины висят вверх ногами. Даже часы ходят против часовой стрелки. В неповторимой уютной атмосфере проходят концерты разных музыкальных групп.

#### **Рестораны «Unsicht-Bar» или «Nocti Vagus»**

Эти два ресторана в Берлине завоевали популярность, как у местных жителей, так и гостей столицы. Здесь работают слабовидящие или совсем невидящие официанты, а посетители трапезничают в полной темноте. Так обостряются органы чувств, особенно осязание и обоняние. Гости, посетившие эти рестораны, говорят, что вкус еды меняется до неузнаваемости, еще сильнее ощущается вкус сладкого и соленого, часто они не могут определить, что едят [8].

#### **Литература**

1. <http://www.dw.com/ru>
2. <http://ruskult.eu/turizm/61-neobychnye-restorany-v-berline>
3. <http://www.the-village.ru/talks/bars/363-top-20-samyh-neobychnyh-restoranov-mira>
4. <http://1.static.turbina.ru/guide/Leyptsig-Germaniya-119092/Otzyvy>
5. <https://news.rambler.ru/europe/27966624-neobychnye-kafe-germanii>
6. [https://www.tripadvisor.ru/LocationPhotoDirectLink-g187323-d2060315-i149993779-Restaurant\\_Sphere\\_Berlin\\_TV\\_Tower-Berlin.html](https://www.tripadvisor.ru/LocationPhotoDirectLink-g187323-d2060315-i149993779-Restaurant_Sphere_Berlin_TV_Tower-Berlin.html)
7. [http://restoranoved.ru/news/news\\_28803](http://restoranoved.ru/news/news_28803)
8. <http://wildwildworld.net.ua/articles/neobychnyy-berlin-stranny-nepovtorimyy-i-nezabyvaemyy>

## **ОРГАНИЗАЦИЯ ЭКОЛОГИЧЕСКОЙ ТРОПЫ В КСК «ЗЕЛЕНый ОСТРОВ» ГОРОДА ОМСКА**

Формирование основ экологической культуры и экологического поведения в окружающем мире является одной из ключевых задач образования и воспитания 21 века. Населению необходимо знать сложность и многообразие мира окружающей природы. Последние десятилетия ознаменовались выраженным интересом к проблемам экологического образования и воспитания экологического сознания. Важно формировать у жителей потребность в самостоятельном изучении природы. Осуществить эту задачу можно, создавая развивающую среду экологического направления, в которой люди могли бы познать окружающий мир, самостоятельно выделять связи и зависимости, существующие в природе, наблюдая за объектами и явлениями неживой и живой природы и активно взаимодействуя с ними.

Экологическая тропа (учебно-туристическая тропа) – обустроенные и особо охраняемые прогулочно-познавательные маршруты, создаваемые с целью экологического просвещения населения через установленные по маршруту информационные стенды. Во время движения по экологической тропе посетители получают информацию об экологических системах, природных объектах, процессах и явлениях. Экскурсия по экотропе сочетает в себе познание, отдых и наслаждение красотой природы.

Проблема заключается в том, что экологических троп туристской направленности в городе нет, где можно было бы прогуляться и познакомиться с навыками туриста, а также получить информацию об активном отдыхе. Общая ситуация в г. Омске, характеризуется большими потребностями к изучению туризма. На территории КСК «Зеленый остров» имеется все необходимое для образования в области туризма.

Зеленый остров – парк культуры и отдыха. Многочисленные насаждения, цветочные клумбы, цветущие аллеи и разнообразные деревья. Месторасположение парка на берегу Иртыша. Поэтому здесь всегда прохладно, даже есть свой небольшой лесок, в котором можно уединиться от шумной толпы и побыть в тишине. Зеленая зона с огромной водной акваторией и удивительно красивыми природными пейзажами, довольно длинными пешеходными и велосипедными дорожками оборудована удобными скамейками и столиками. Общая площадь парковой зоны «Зеленый остров» составляет 72 га на данной площади произрастают 63 вида древесных пород, представляющих из них 40 интродуцированных видов.

Уникальность проекта заключается в том, что данный момент нет экологической тропы туристской направленности. Уникальный класс под открытым небом способствует повышению уровня экологического образования и воспитанию ценностного отношения к природе. Позволит обучению туристских навыков.

*Цель проекта* – оборудовать экологическую тропу «В гармонии с природой» туристической направленности в КСК «Зеленый остров» к 30 мая 2017 г.

С этой целью предполагается:

- проведение плановой аналитической работы по организации проекта
- построение маршрута движения для различных категорий населения
- благоустройство имеющейся территории
- приобретение специализированного оборудования и строительство специализированных сооружений (информационные стенды).
- поиск спонсоров проекта
- рекламно-информационная деятельность
- информирование потенциальных участников о открытии оборудованной экологической тропы через СМИ, информационные сайты сети Интернет и социальные сети (В контакте, Facebook, Twitter) распространение рекламных буклетов.

**Задачи проекта:**

1. Проанализировать состояние природных объектов в КСК «Зеленый остров» на данный период;

2. Создать экологически благоприятную среду на территории для реализации приоритетного направления;

3. Привлечь инвесторов, коммерческие организации, общественность для спонсорской помощи;
4. Оборудовать экологическую тропу материально техническим обеспечением.
5. Организовать экскурсионную деятельность на экологической тропе
6. Подготовить экскурсоводов из числа обучающихся
7. Разработать правила поведения на экологической тропе
8. Разработать методические рекомендации для поведения экскурсий
9. Формировать у жителей города туристские навыки, и нравственное поведение в природе.

Во время движения по экологической тропе можно проводить следующие мероприятия: учебные прогулки, познавательные экскурсии, рекламировать на стендах туристскую информацию. Тропа будет оборудована всем необходимым: освещением, грунтовая дорожка посыпанная щебнем, информационными стендами, эндемическими растениями, на пути шествия будут встречаться различные виды животных.

Оборудование: столбы с освещением, стенды, щебень для дорожки, мостики (при необходимости).

Общая протяжённость экологической тропы составит 2,5 км.

На протяжении всей тропы будет установлено 20 информационных стендов, 60 столбов с фонарями, 63 вида флоры и 30 видов фауны, вся протяжённость дороги будет грунтовая часть (местами посыпана щебнем).

**Участниками проекта** являются специалисты Департамент по делам молодежи, физической культуры и спорта города Омска, административно-управленческий персонал КСК «Зеленый остров», сотрудники и студенты ФГБОУ ВО СибГУФК, жители города Омска и Омской области, которые планируют прогулки по тропе.

**Период (срок) реализации проекта.** Планируемые сроки реализации проекта 26 сентября 2016 г. – 30 мая 2017 г.

**Показатели результативности и эффективность проекта:**

- популяризация здорового образа жизни
- экологическое воспитание населения города
- оборудование тропинок для пешеходных прогулок
- установка информационных стендов
- знакомство с флорой и фауной парковой зоны
- укрепление материально-технической базы, создание комфортных условий для пешеходных прогулок по парку
- компетенции (студентов, преподавателей, жителей г. Омска и Омской области);
- документация по проекту (положение о структурном подразделении, должностные инструкции, план развития, описание, программы и прейскурант услуг; сценарии праздников и мероприятий и т.п).

Таблица 1

Характеристика экологической тропы	
Параметры	Характеристика
Протяженность	2,5 км
Количество фонарей	60
Количество инфо стендов	20
Количество животных (виды)	31
Количество растений (виды)	63
Срок изготовления конструкции	60 дней

Достаточно большие территориальные возможности КСК «Зеленый остров», богатство растительного и животного мира, возможность зонирования, предполагают проводить занятия, экскурсии, мероприятия на природной территории, но в реальной практике эти возможности используются не до конца. Поэтому оборудование экологической тропы на территории КСК «Зеленый остров» актуально и крайне необходимо для жителей города.

Создание и организация на территории КСК «Зеленый остров» экологической тропы для осуществления комплексных экскурсий, пешеходных прогулок. Экскурсии по экологической тропе будут способствовать творческому потенциалу жителей (исследовательская, экскурсионная, учебно-познавательная деятельность).

Организация экологической тропы «В гармонии с природой» туристской направленности на территории КСК «Зеленый остров» необходима для рационального использования территории парка в экологическом и туристическом образовании жителей города. Экологическая тропа станет отличным дополнением к услугам парка, увеличит его посещаемость для отдыха на природе.

Экологическая тропа привлекательна для посетителей тем что на ее протяжении человек может наблюдать: красоты природы, разнообразие растительной и живой природы, а также доступной для посетителей в пешеходной близости, информативность, т. е. способность удовлетворять познавательные потребности людей в области географических, биологических, экологических и туристических проблем, — непереносимое свойство троп с помощью специально установленных стендов, устойчивость к суровым погодным условиям.

#### **Ожидаемые результаты**

1. Изучить практический опыт организации и современного оформления экологической тропы;
2. Спроектирована и создана экологическая тропа на территории парка;
3. Оборудовать тропинку для пеших прогулок
4. Установить информационные стенды;
5. Поселить новых обитателей фауны и посадить деревья
6. Созданы благоприятные условия для самовыражения, организации коммуникативного общения, в котором каждый ребенок имеет возможность проявлять свою индивидуальность, что в значительной степени стимулирует его саморазвитие;
7. Расширится круг социальных партнеров, единомышленников областной станции.

#### **Литература**

1. Стратегия развития физической культуры и спорта в Российской Федерации на период до 2020 года от 7.08.2009 г. № 1101-р // Правовая справочно-информационная система «Консультант плюс».
2. Федеральная целевая программа «Развитие физической культуры и спорта в Российской Федерации на 2006-2015 годы» от 11.01.2006 г. № 7 // Правовая справочно-информационная система «Консультант плюс».
3. Федеральный Закон Российской Федерации «О физической культуре и спорте» от 04.12.2007 г. N 329-ФЗ // Правовая справочно-информационная система «Консультант плюс».
4. Федеральный Закон Российской Федерации «О внесении изменений в Федеральный закон «О физической культуре и спорте» от 6.12.2011 г. N 412-ФЗ // Правовая справочно-информационная система «Консультант плюс».
5. Ведомственная целевая программа «Развитие физической культуры и спорта в Омской области» (с изм. на 23.12.2014 г.); утверждена приказом № 80 от 25.10.2013 г.
6. Калихман А.Д., Калихман Т.П., Хидекель В.В. Тропы природных территорий у Байкала. – Иркутск: Изд-во «Оттиск», 2005. – 114 с.
7. Троицкая Н., Троицкий А. Экологические тропы на ООПТ: мировой и отечественный опыт, принципы обустройства // Материалы семинара-совещания руководителей Государственных природных заповедников «Актуальные вопросы деятельности государственных природных заповедников России на современном этапе» (17 декабря 2009 г., г. Тольятти).
8. Чиждова В.П. Учебные тропы природы. Методические рекомендации для заповедников и национальных парков / В.П. Чиждова. – М.: Просвещение, 1996. – 765 с.

**УДК 338.48**

***К.Ю. Бороздина, студент***

*Научный руководитель: Е.Г. Радыгина, канд. пед. наук, доцент  
г. Екатеринбург, Уральский государственный педагогический университет*

## **ПРОЕКТИРОВАНИЕ ЭКСКУРСИИ ПО ГОСТИНИЦЕ ПАРК ИНН (Г. НИЖНИЙ ТАГИЛ)**

Отрасль туристских услуг является наиболее динамичной и быстрорастущей. Важное место в российской туристской индустрии занимает региональный туризм. В Нижнем Тагиле весьма актуальным является развитие сферы услуг и рекреационно-туристского потенциала города. Туристский потенциал Нижнего Тагила требует развития промышленности, региональной экономики, улучшения структуры производства, ускорения экономического развития и увеличения уровня жизни населения. Возможности города в этом направлении являются колоссальными, но реализуются пока недостаточно.

На сегодняшний день в городе реализуется федеральная целевая программа «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации на 2011–2018 гг.», в рамках которой определе-



ны основные приоритетные направления по развитию внутреннего туризма, способные реально увеличить турпоток, и формируется перечень инвестиционных проектов.

В связи с этим, рассмотрение вопроса повышения туристского потенциала города Нижнего Тагила является довольно актуальным.

Осуществление укрупнения потока экскурсантов дает возможность регионам развивать систему обучения гостеприимству, возрождать музеи, увеличить туристский потенциал региона. Наличие открытого формата экскурсионной деятельности определяет открытие новых рабочих мест, обеспечение занятости населения, способствуя образовательному и культурному подъему региона, изменению к лучшему быту горожан, увеличения их интереса к собственному городу. В ходе экскурсионной деятельности становится возможным придать домам и улицам красивый и привлекательный облик, так как появляется стимул продемонстрировать гостям города красивый и ухоженный город для улучшения его имиджа, привлекательности.

Практическая работа в области развития экскурсионной деятельности направлена на формирование различных форм естественного досуга для представителей всех возрастных групп населения. Проведение целенаправленной модернизации экскурсионных программ, оптимизация содержания экскурсий позволяет воссоздать реальный облик истории и художественной культуры, расширяя познание нашего отечества, восстанавливая у российских граждан чувство великого наследия, а также уважения к историческим корням.

Если рассматривать отдельные туристические объекты, то нередко они могут стать катализатором не только увеличения туристической привлекательности региона, но также инвестиционного климата в городе и регионе. Так, динамичное развитие такого рода туристских объектов, к примеру, рекреационных и гостиничных комплексов способно в значительной степени привлечь туристов и инвесторов, улучшить имидж города и региона в целом. Экскурсионная деятельность в данной связи является одним из направлений по улучшению коммуникации с туристом, деловыми партнерами, жителями города.

Актуальность создания нового туристского продукта в городе Нижний Тагил обусловлена отсутствием современных, актуальных и специально разработанных экскурсионных программ, направленных на привлечение в регион иностранных туристов. В связи с этим представляется достаточно актуальным рассмотрение специфики проектирования экскурсии на конкретном предприятии сферы гостеприимства – по гостинице Парк Инн в городе Нижний Тагил.

Экскурсия выступает в качестве части туристского продукта, а также может являться самостоятельной деятельностью. Экскурсия ориентирована на познание человеком окружающего мира, который построен в естественных условиях по заранее отобранному объектам для показа. Существует несколько категорий классификации экскурсий: по содержанию, по составу и количеству участников, месту проведения, по способу передвижения, по продолжительности, по форме проведения, в связи с чем можно говорить о значительном разнообразии различных экскурсий в зависимости от условий и тематики. Структурными компонентами экскурсии являются экскурсовод, экскурсионный объект, а также экскурсант. В процессе проведения экскурсии привлекаются различные виды информации: политическая, социальная, научная, художественная, техническая, экономическая и прочие [2, с. 125].

Композиция экскурсии включает в себя вступление, основную часть, введение в тему, кульминацию и заключение. Важно – наличие логического перехода между различными подтемами экскурсии для построения единства информации и доступного изложения фактов об объекте экскурсионной группе [3, с. 63].

Экскурсией исполняется несколько функций: экономическая, идейно-политическая, общеобразовательная, информационная, воспитательная, организация содержательного отдыха, расширение кругозора, формирование интересов человека. Этапы подготовки экскурсии: выбор темы, осуществление отбора и изучение источников, формирование новой экскурсии на избранную тему, подготовка экскурсии и ее проведение. Заметим, что подготовка экскурсии подразумевает значительный объем предварительной обработки информации по объекту с учетом темы предстоящей экскурсии [1, с. 160].

Говоря об особенностях проведения экскурсий по гостиничным объектам можно отметить, что проведение экскурсии в гостиничном комплексе является достаточно привлекательным как для посетителей, так и для гостиничного предприятия: в первом случае посетители могут ознакомиться с предложениями гостиничного предприятия, во втором случае это увеличение имиджа гостиничного комплекса, увеличение уровня коммуникабельности с клиентами и рост туристической привлекательности объекта и как следствие увеличения уровня посещаемости, наполняемости и доходов гостиничного комплекса. Последнее представляется наиболее привлекательным в рамках увеличения

эффективности гостиничной деятельности и рентабельности гостиничного комплекса. Помимо этого, экскурсия предполагает вовлечение гостиничного комплекса в туристическую отрасль города и включение данного объекта как туристского [3, с. 67].

Экскурсия по гостинице «Парк Инн» является частью туристского маршрута «Малахитовая линия» по городу Нижнему Тагилу. Туристский маршрут «Малахитовая линия» является главным пешеходным маршрутом города, имеет протяженность 5,7 км и обозначен специальной разметкой на асфальте (зеленая полоса). Маршрут включает 24 ключевых исторических, культурных и архитектурных объекта в центре города, среди которых:

- Драматический театр им. Д.Н. Мамина-Сибиряка;
- Нижнетагильский театр кукол;
- Выставочные залы Нижнетагильского музея-заповедника «Горнозаводской Урал»;
- Сторожевая башня на Лисьей горе;
- Музей-завод истории развития техники черной металлургии;
- Нижнетагильский государственный цирк;
- Городской парк культуры и отдыха им. А.П. Бондина;
- Музей-усадьба «Демидовская дача» [5].

Отметим, что гостиница Парк Инн занимает особое место в маршруте «Малахитовая линия», и проектирование проектирование экскурсии по данному гостиничному комплексу станет неотъемлемой частью туристского облика Нижнего Тагила.

Тема экскурсии «Экскурсия по гостинице Парк Инн». Этапы экскурсии: вступление, введение в тему, логический переход, подтема «Конференц-возможности», логический переход, подтема «Номерной фонд», развязка, вопросы, заключение.

Для показа выбраны ключевые объекты гостиницы Парк Инн.

- пространство Лив Инн (лобби, ресепшн, бар);
- конференц-залы (Минск/Астана, Киев, Ереван, Баку, Москва/Санкт-Петербург);
- ресторан Лив Инн Рум;
- номера категории стандарт, улучшенный, полулюкс, люкс [4].

Говоря о результатах работы, разработанная экскурсия по гостиничному комплексу Парк Инн в рамках маршрута «Малахитовая линия» ориентирована на увеличение туристской и деловой привлекательности не только самой гостиницы, как современной и инновационной, но и самого города Нижнего Тагила, для чего организовано активное сотрудничество с Центром развития туризма в городе Нижнего Тагила. Особая роль гостиничного комплекса отводится развитию делового туризма, что определяют конгресс-возможности конференц-залов рассматриваемой гостиницы.

Таким образом, можно судить о привлекательности экскурсии для гостиницы Парк Инн с точки зрения увеличения привлекательности для потенциальных клиентов — производственных предприятий и деловых туристов.

Спроектированная экскурсия по гостиничному комплексу позволяет получить дополнительное конкурентное преимущество в области обслуживания клиентов, увеличить уровень комфорта постояльцев, дает возможность увеличить уровень туристской и деловой привлекательности города.

Предлагаемая экскурсия позволит работать гостиничному комплексу над увеличением доли рынка, увеличением темпов роста продаж, усилением конкурентного преимущества среди других гостиничных предприятий города Нижний Тагил. Кроме того, реализация предлагаемой экскурсионной программы повысит престиж гостиницы и туристский потенциал города Нижний Тагил.

#### Литература

1. Габбасова Р.А. К вопросу о значении разработки и внедрения экскурсий // Актуальные вопросы современной науки: сборник научных статей Студенческой международной научно-практической заочной конференции / Уф. гос. ун-т. экономики и сервиса. Уфа, 2016. С. 159–162.
2. Егорова И.А. Технология создания экскурсионного продукта // Индустрия туризма и сервиса: состояние, проблемы, эффективность, инновации: сборник статей по материалам II Международной научно-практической конференции / Нижегородский государственный педагогический университет им. К.Минина. Нижний Новгород, 2015. С. 125–127.
3. Найдина, А.А. Новые экскурсионные программы как фактор повышения туристской привлекательности региона // Россия и Китай: новый вектор развития социально-экономического сотрудничества. М., 2014. С. 61–70.
4. Официальный сайт гостиницы Парк Инн Нижний Тагил. URL: <https://www.parkinn.ru/hotel-nizhny-tagil> (дата обращения: 08.02.2017).
5. Официальный сайт Центра развития туризма Нижнего Тагила. URL: <http://turizmnt.ru/center>. (дата обращения: 08.02.2017).

## **АНАЛИЗ РЕЗУЛЬТАТОВ АНКЕТИРОВАНИЯ ПО ТЕМЕ «ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ НАУЧНОГО ТУРИЗМА В ТУРИСТСКИХ ДЕСТИНАЦИЯХ ОМСКОЙ ОБЛАСТИ»**

Для получения ответов по теме магистерской диссертации «Перспективы развития научного туризма в туристских дестинациях Омской области» нами проводился опрос в виде анкетирования. Анкета, в настоящее время, является очень удобным и наиболее распространённым инструментом для проведения исследования. В нашем исследовании использовалась одна анкета [1, с. 384].

Анкетирование проводилось анонимно с помощью опросных листов, объединённых единым исследовательским замыслом в виде системы вопросов. Анкета была составлена нами к.п.н., профессором Кравчук Т.А. и студентом – магистрантом 2 курса Голиковым Д.С. При помощи анкетирования можно с наименьшими затратами получить высокий уровень массового исследования. Разработанная анкета состоит из введения, инструкции по заполнению, паспортной и вопросов. Анкета имеет тринадцать вопросов. Достоверность полученных данных определяется репрезентативностью выборки генеральной совокупности, т.е. свойством выборки отражать характеристики изучаемой генеральной совокупности (целевой группы).

За генеральную совокупность мы взяли общее количество обучающихся по программам бакалавриата, которые, в общем, знакомы с понятием туризм, а в частности с научным. Общий объём генеральной совокупности составил 190 человек. В исследовании приняли участие обучающиеся омских вузов:

1. Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Омский государственный педагогический университет» направление: 44.03.01. «Педагогическое образование», профиль «География и БЖ».

2. Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Омский государственный технический университет» направление: 43.03.02. «Туризм» и 43.03.03. «Гостиничное дело».

3. Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Омский государственный университет им. Ф.М. Достоевского» направление: 05.03.06. «Экология и природопользование», 18.03.01. «Химическая технология».

4. Федеральное государственное образовательное учреждение высшего образования «Сибирский государственный университет физической культуры и спорта»: направление 49.03.03. «Рекреация и спортивно-оздоровительный туризм» профиль «Спортивно-оздоровительный туризм»; направление 43.03.02 «Туризм» профиль «Технология и организация туроператорских и турагентских услуг».

Расчет объема выборки проводился в автоматическом режиме на сайте <http://marketolog.biz/>. Объем выборки составляли студенты – бакалавры, начиная со второго курса вузов города Омска, обучающихся по направлениям представленных выше. Всего было опрошено 112 человек. Средний возраст опрошенных 20,59 лет. По половому критерию 72% женского пола и 28% мужского.

Анкетирование проходило в период декабрь 2016 по февраль 2017. По форме воздействия с респондентом анкетирование является очным. Преимуществом данной формы проведения является возможностью разъяснения всех аспектов формулировок и содержаний вопросов и контроль возврата заполненных анкет и полноты ответов. Личное присутствие интервьюера делает процедуру опроса более деловой и обязательной для респондентов. Перед каждым анкетированием мы заранее обговаривали с руководством вуза о возможности проведения опроса. Анкетирование проходило в аудитории вуза до или вовремя пары. Преподаватель представлял перед группой интервьюера, а сам удалялся из аудитории. Затем интервьюер Голиков Д.С. ещё раз представлялся, объяснял студентам цель анкетирования, показывал, как правильно заполнять анкету, затем раздавал её и контролировал ход выполнения опроса. В ходе опроса у некоторых студентов возникали сложности при ответах на вопросы – «Как на ЕГЭ», – говорили они. Опрос длился в среднем 12 минут. После проведения опроса Голиков Д.С. благодарил всех студентов за помощь и потраченное время.

Проведенный опрос показал, что более половины омских студентов 79% имеют представление о научном туризме, ни разу не слышали о таком термине 21% опрошенных (рис. 1).

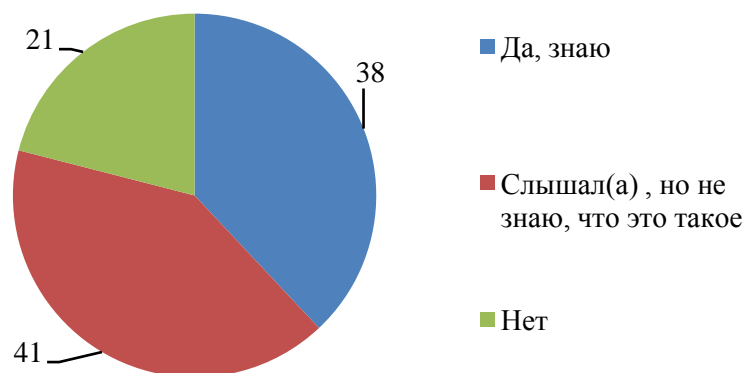


Рис. 1. Знания обучающихся о научном туризме, %

Большинство респондентов под понятием «научный туризм» понимают изучение природы и экспедиции ученых, участие в конференциях, форумах (Рис. 2). Не понятно, почему лишь 11% опрошенных студентов подразумевают под понятием «научный туризм» летние полевые практики студентов, возможно, словосочетание «летние полевые практики» у студентов не ассоциируются с наукой. Любопытный факт, короткие словосочетания «изучение природы» и «экспедиции ученых», состоящие из двух слов, набрали наибольшее число ответов, а вот состоящие из четырех слов «летние полевые практики студентов» и «участие в конференциях, форумах» – наименьшее. Выходит, что на подсознательном уровне респонденты отдают предпочтение коротким словосочетаниям.

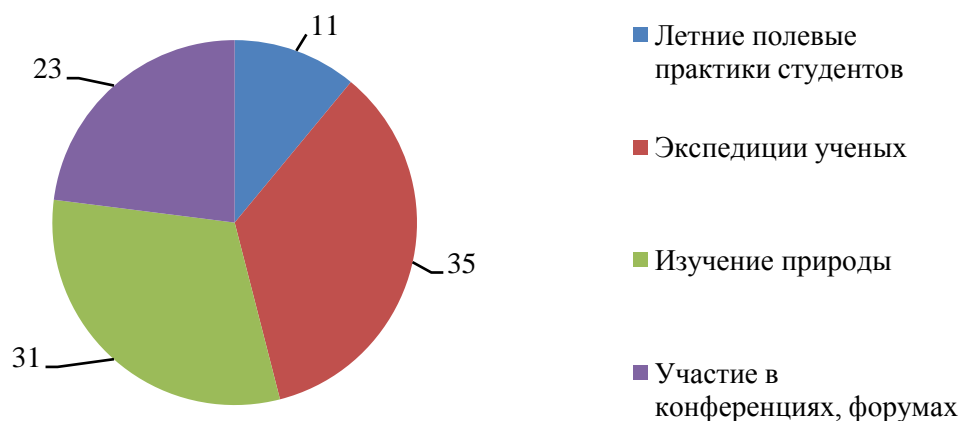


Рис. 2. Что вы подразумеваете под понятием «научный туризм», %

Большинство респондентов сходятся во мнении, что территория Омской области аттрактивна как зона научного туризма. Возможно, это связано с тем, что в настоящее время популярность обретают альтернативные виды туризма (научный, экологический). Также нужно отметить просветительскую деятельность преподавателей, которые на лекциях и семинарах рассказывают студентам о достопримечательностях Омского Прииртышья и перспективах развития альтернативных видов туризма.

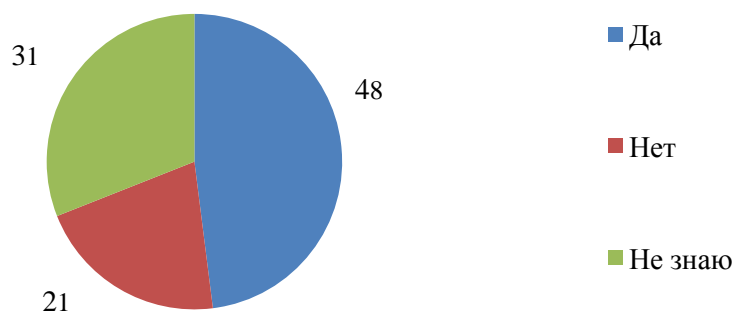


Рис. 3. Привлекательна ли Омская область как зона научного туризма, %

По мнению респондентов, больше всего для организации научного туризма подходят государственные природные заповедники 28% и дендрологические парки и ботанические сады 24%, так как в черте Омска располагаются Ботанический сад имени Н.А. Плотникова ОмГАУ, Областной дендрологический сад имени Г.И. Гензе, сад имени П.С. Коммисарова. На наш взгляд, государственные природные заказники, в Омской области должны были набрать большее количество ответов, чем заповедники. По данным Министерства природных ресурсов и экологии Омской области на 31 декабря 2015 года находится 15 государственных природных заказников и ни одного заповедника

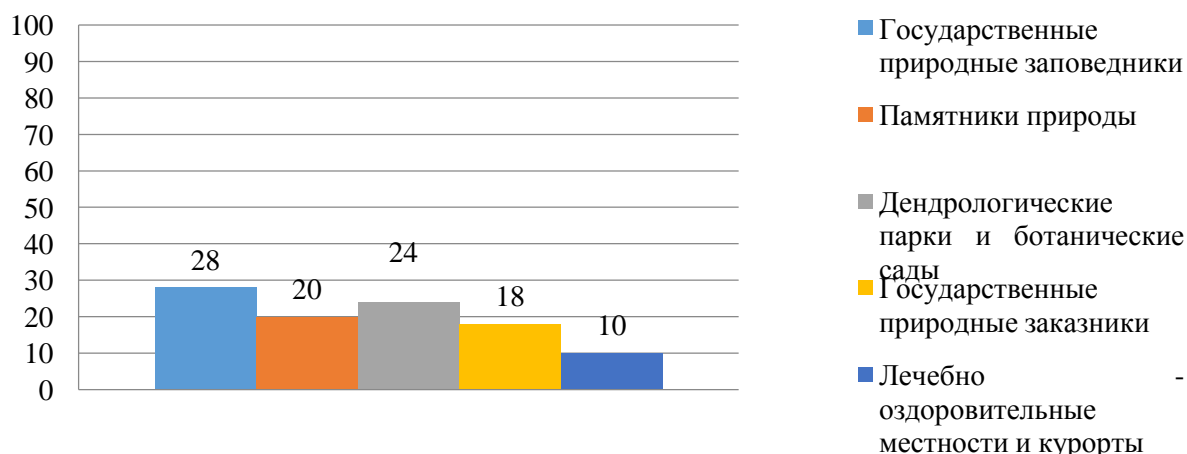
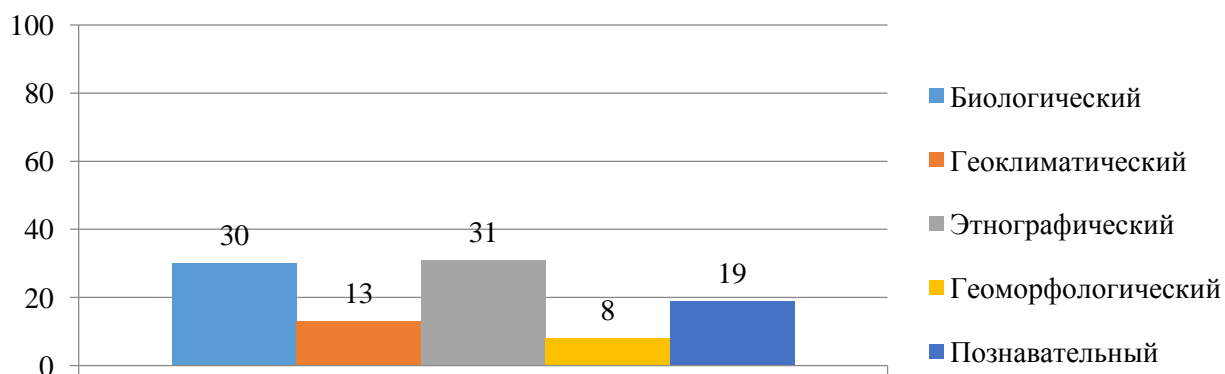


Рис. 4. Какие виды ООПТ (Особо охраняемые природные территории), на ваш взгляд больше всего подходят для организации научного туризма? (возможно несколько вариантов ответа), %

Биологическому (изучение флоры и фауны) и Этнографическому (изучение культуры и быта народа) виду научного туризма отдают предпочтение большинство студентов 30% и 31% соответственно. Возможно, это связано с летними практиками, которые ежегодно проходят у студентов Омского государственного педагогического университета и ОмГУ им. Ф.М. Достоевского, где обучающиеся собирают гербарий и ведут учет животных.

Очень мало ответов получил геоморфологический (изучение геологического строения ландшафтов территорий) вид научного туризма 8% ответов, хотя в Омской области существует геологический памятник «Чертов палец» и уникальное геологическое образование на правом берегу Иртыша, расположенное в Горьковском районе, около 60 км на север от Омска и около полутора километров от деревни Лежанка Берег Драверта. Высокий показатель ответов этнографического вида научного туризма свидетельствует о проведении этнофестиваля «Солнцестояние в деревне Окунево Муромцевского района. Омская область имеет богатую историю, множество народов проживает в ней, поэтому изучение культуры и быта народа актуально в наши дни.



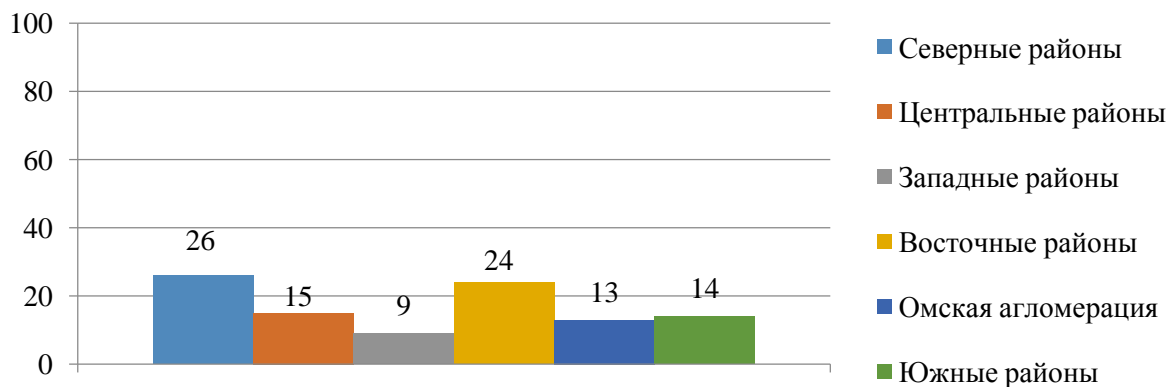
**Рис 5. Какой вид научного туризма вам больше всего подходит, %**

Мы поделили территорию Омской области по географическому критерию (северные, западные, восточные, южные) от центра Омской области, находящегося в с. Крайчиково Колосовского района.

Западные районы (Крутинский, Называевский, Исилькульский, Полтавский), по мнению, респондентов малоаттрактивны 9% ответов.

Омская агломерация (Омск, Омский район, Азовский район, Любинский, Марьяновский, Кормиловский) получила 13% ответов. Это на наш взгляд, небольшой процент для территории, где развита инфраструктура и наличие уникальных культурных и природных объектов, а также стабильное финансирование. Возможно, респонденты руководствуются соображениями развития научного туризма в относительно ненарушенных экосистемах, таких как Северные районы (Усть – Ишимский, Тарский, Большеуковский, Знаменский) 26% наибольшее число ответивших. Благодаря предложенной нами типологии Центральные районы (Колосовский, Тюкалинский, Саргатский, Большереченский) набрали 15% ответов

Южные районы (Черлакский, Нововаршавский, Павлоградский, Одесский, Таврический) 14%. Можно смело утверждать, что Восточные районы (Муромцевский, Нижнеомский, Горьковский, Калачинский, Оконешниковский) получили 24% ответов из-за системы пяти озер, которая является туристской Меккой Омской области.



**Рис. 6. Какие районы Омской области лучше всего подходят для организации научного туризма?**

На вопрос открытого типа «Как вы думаете, что мешает развитию научного туризма в Омском Прииртышье?» мы попросили респондентов дать развернутый ответ. Ответы были интересные, практически все студенты высказали свое мнение. Проанализировав результаты, студенты сходятся во мнении, что мешает развитию научного туризма недостаточное финансирование, отсутствие специалистов и инфраструктуры, незаинтересованность населения и власти. Также были такие ответы, как загрязнение окружающей среды, климат, малоинформативность, недостаточно материала для изучения, недостаточно интересных мест, отсутствие развитого механизма для организации и привлечения людей и специалистов в этой сфере.

#### Литература

1. Дурович А.П. Маркетинговые исследования в туризме. СПб.: Питер, 2008. 384 с.

## **ИНСТИТУЦИОНАЛЬНЫЕ УСЛОВИЯ И ФАКТОРЫ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА НА ЗЕМЛЯХ ИСТОРИКО-КУЛЬТУРНОГО НАЗНАЧЕНИЯ ГОРОДА АЗОВА**

Город Азов является одним из старейших городов Ростовской области и Юга России. Более двух тысяч лет назад в районе современного Азова возникли поселения скифов, в X веке – славянское поселение. В XI веке здесь возникает греческая фактория, а в XIII в. эти земли попадают под власть ханов Золотой Орды. Именно в этот период и формируется город под названием Танаис (Тана), а позднее, будучи захваченным в XV веке войсками Османской империи и превращенный ею в крепость-порт на северной своей границе, переименовывается в Азак [6].

Страницы истории Азова связаны с драматическими событиями борьбы Донского казачества с турками, созданием Российского флота, регулярной армии и артиллерии, первыми победами Петра Великого, кровопролитными русско-турецкими войнами [14]. Древняя богатая история Азова является важным ресурсом его современного социально-экономического развития. На территории современного города расположено 11 объектов культуры федерального значения и 54 – местного [10]. Большинство из них входят в состав Азовского историко-археологического и палеонтологического музея-заповедника, который является крупным музейным комплексом, включающим городской краеведческий музей, расположенный в здании бывшей Городской Управы 1892 г. постройки, уникальный Пороховой погреб конца XVIII в. постройки, земляные валы Азовской крепости XVIII в. с каменными воротами, мемориальный музей полярного исследователя Р.Л. Самойловича, художественно-выставочный зал «Меценат» [1; 14]. Залы Азовского историко-археологического и палеонтологического музея-заповедника общей площадью 78 тысяч м<sup>2</sup> с более 320 тыс. экспонатов обладают самой богатой палеонтологической коллекцией на Юге России, а уникальность некоторых из них не имеет аналогов в мире. Гордостью музейного собрания является экспозиция «Сокровища кочевников Евразии», в которой представлено около 18 тыс. предметов из золота, серебра, полудрагоценных камней, а также археологические находки, наиболее древние из которых датируются II в. до н.э. [2].

В состав Азовского историко-археологического и палеонтологического музея-заповедника входит также парковая зона площадью 7,13 га [2]. Она, вместе с другими объектами музея-заповедника охватывают земли историко-культурного назначения города, которые имеют важное значение, но в то же время и ряд ограничений в использовании в градостроительной деятельности. Согласно Земельному кодексу РФ (статья 99), земли историко-культурного назначения представляют собой особый территориальный класс, который состоит из земельных участков, включающих объекты культурного наследия и достопримечательности в качестве полноценных комплексов или отдельных компонентов [5]. Специальным законодательством утверждается состав исторических и культурных объектов, определяющих локализацию земель историко-культурного назначения и выступающих важным наследием различных народов, проживающих на территории страны, а также являющихся свидетелями прошлых эпох, развития давних цивилизаций [7]. В связи с особой значимостью в отношении таких территорий действует особый правовой режим и специфика использования и распоряжения, в том числе и по прямому назначению – для осуществления социокультурной деятельности.

В пределах границ города Азова располагаются две важные территории историко-культурного значения – объекта культурного (археологического) наследия регионального значения «Городище Азак-Таны с некрополем» и объект культурного наследия федерального значения «Остатки Азовской крепости: валы, пороховой погреб, ворота крепости и другие сооружения XVII-XVIII вв.» [8; 12; 13]. Оба объекта находятся в центральной, исторической части города и границы их локализации установлены на основании археологических полевых работ. Городище Азак-Таны представляет собой древний город Золотой Орды второй половины XIII в., с трёх сторон окруженный полукольцом могильников. В настоящее время город доступен для изучения только в форме археологических раскопок древнего культурного слоя и по найденным артефактам представляет значительную ценность [8]. Общая территория городища составляет 659,15 га, что составляет около 10% современного городского пространства [13].

В пределах территории городища Азак-Таны располагается более поздний по времени возникновения объект исторический объект культурного наследия – Азовская крепость. Она была основана турками в 1475 году и неоднократно переходила в руки донских и запорожских казаков, пока оконча-

тельно не была закреплена за Россией по итогам русско-турецкой войны 1686–1700 гг. В середине XVIII века крепость была разрушена и до нашего времени дошли Алексеевские ворота с прилегающими к ним фрагментом крепостного вала шириной до 30 метров и высотой до 15 метров, а также поодаль расположенным пороховым погребом 1897–99 гг. постройки [6; 14]. Тем не менее, остатки крепости представляют собой архитектурно-историческую и культурно-просветительскую важность, что позволило включить весь комплекс ее объектов в состав культурного наследия федерального уровня [1]. Общая площадь остатков крепости с указанными объектами в ее составе – около 0,5 км<sup>2</sup> [12].

Размещение на территории города Азова этих двух важных историко-культурных комплексов вносит в развитие города определенные ограничения и обременения, закреплённые в правовом режиме использования земельных участков в их границах. При разработке данного правового режима учитывались степень сохранности различных частей территории памятника, наличие построек и инженерных коммуникаций, современное использование территории. Так, к примеру, на момент определения режима содержания земельного участка городища Азак-Таны (2012 г.) практически вся его территория занята современной городской застройкой. В результате двухвековой строительной деятельности современного г. Азова поверхностный горизонт культурного слоя памятника сильно поврежден [8]. В связи с этим в качестве ограничений хозяйственной деятельности, необходимых для обеспечения сохранности памятника, введен запрет на:

- осуществление любой хозяйственной деятельности, связанной с производством земляных работ и капитальным строительством, без согласования с областным органом охраны объектов культурного наследия (Министерства культуры Ростовской области);
- строительство и реконструкция зданий, инженерных сооружений и коммуникаций в случае наличия или выявления в результате раскопок археологических объектов, требующих музеефикации;
- нарушение дернового слоя и выемка грунта на участках, ранее не подвергавшихся перекопке и повреждению, за исключением деятельности, связанной с археологическими исследованиями;
- проведение археологических исследований на территории памятника, применение металлодетекторов, георадаров и других средств приборного поиска, направленных на выявление и сбор археологического материала, без наличия у исследователя разрешения (открытого листа), выданного соответствующим органом охраны объектов культурного наследия;
- свалка мусора и бытовых отходов [8].

Учитывая более высокую степень сохранности остатков Азовской крепости (с указанными объектами), их входящая в состав Азовского историко-археологического и палеонтологического музея-заповедника и использования как объектов музейного показа, которые ежегодно осматривают свыше 200 тысяч посетителей, на них наложены более жесткие ограничения. Так, в частности, здесь запрещается:

- выемка грунта в ходе строительных, благоустроительных, геологоразведочных работ и изыскательских работ без проведения соответствующих археологических исследований;
- строительство объектов капитального строительства, капитальный ремонт уже существующих зданий, увеличивающих их объемно-пространственные характеристики;
- проведение новых коммуникаций [12].

В то же время, на данных объектах разрешается целая система мероприятий, связанных с сохранением их состояния и культурно-исторической ценности, использования в социальной сфере. В качестве таковых мероприятий регламентированы:

- благоустройство территории памятника, направленное на его сохранение, использование и популяризацию;
- деятельность научно-исследовательских организаций, связанная с проведением археологических исследований и научным изучением памятника, осуществляемая в рамках действующего законодательства;
- музеефикация объектов археологического наследия, а также другая деятельность, необходимая для обеспечения сохранности памятника в его историческом и ландшафтном окружении [8; 12].

Таким образом, на основе указанных регламентирующих требований и разрешений, в качестве ведущего вида хозяйственной деятельности на землях историко-культурного назначения г. Азов может быть признано развитие познавательного, событийного и мемориального туризма и рекреации. Помимо указанных выше институциональных условий, на развитие данной сферы хозяйственной деятельности влияют еще и другие факторы.



Пространственное развитие туристско-рекреационного комплекса города базируется на Генеральном плане города, утвержденном в 2007 году [4]. Этот документ определил основные условия формирования среды жизнедеятельности горожан, направления и границы развития территории города, зонирование территории и развитие инженерной, транспортной, социальной инфраструктуры. В рамках Генплана Азова разработан проект зон охраны объектов культурного наследия и концепции охранного зонирования [4]. В соответствии с утвержденным Генеральным планом, Азов сохранит историческую структуру центрального ядра, оригинальную сомасштабность застройки, самобытность исторического облика [4; 10].

Город Азов включен в перечень исторических поселений [10]. Данный статус дает возможность участвовать Азову в различных программах федерального и регионального уровня, направленных на сохранение историко-культурного наследия города Азова. Культурная жизнь Азова достаточно насыщена по меркам российских городов сопоставимого ранга и привлекательна как для горожан, так и приезжих туристов. С 2008 г. городе проводится Международный фестиваль народного творчества стран СНГ и Балтии «Содружество», в котором ежегодно принимают участие творческие коллективы не только стран ближнего зарубежья (Белоруссия, Украина, Литва, Латвия), но и Южной Африки, Таиланда и Мексики [14].

В календарь туристических событийных мероприятий города, помимо ставших уже традиционными этнографическими и мемориально-патриотическими праздниками, спортивными состязаниями различного уровня, входят и областной детский фестиваль пленэрного рисунка, всероссийский фестиваль жестовой песни для слабослышащих и глухих детей. Однако все же главным по значению для города является ежегодный Международный фестиваль военно-исторических клубов, посвященный Азовскому осажденному сидению донских казаков 1641 года [9]. Он проводится по инициативе Азовского музея-заповедника в августе и центральным его событием выступает реконструкция Азовского осажденного сидения – увлекательное и волнующее действо в форме военно-исторической реконструкции, основанное на реальных фактах, письменных источниках и археологических находках, хранящихся в фондах Азовского музея-заповедника. Туристов привлекает также выступления фольклорных коллективов, костюмированные состязания участников военно-исторических клубов – сабельников, лучников, метателей сулицы, непосредственно сама реконструкция событий XVII века [14]. Число участников фестиваля ежегодно увеличивается, охватывая исторические клубы из городов России и стран зарубежья.

Еще один благоприятный фактор развития туризма в городе – это наличие и реализация специальных программ, разработанных местными муниципальными и областными властями. Так, Стратегия социально-экономического развития города Азова на 2011–2020 гг. определяет туризм и рекреацию в качестве приоритетных отраслей экономики и в число ключевых задач социально-экономического развития города включено позиционирование Азова как одного из важных историко-культурных центров Юга России [10]. Эта задача реализуется путем обеспечения сохранности и популяризации культурно-исторического наследия города, возрождения целостной архитектурно-исторической среды, формирования инфраструктуры и создания других условий для развития туризма как одной из потенциально эффективных отраслей [11].

Важное преимущество города Азова заключается также в его расположении на живописных берегах реки Дон и его протоке – реки Азовка. Однако, река практически «выключена» из общественной жизни города, поскольку она выполняет только транспортную, но не рекреационную функцию (кроме пляжного отдыха самих горожан в летний период). При этом имеются потенциальные возможности для формирования благоустроенных набережных, которые могли бы стать местом общественного отдыха и притяжения жителей, а в идеале – и своего рода «символом» города. Несмотря на возрастающий туристический поток, в Азове пока еще недостаточно развита туристическая инфраструктура (гостиницы, транспортные маршруты, информационные ресурсы, рекламная продукция и т.п.). Однако есть надежда на то, что эти недостатки будут в ближайшее время устранены в связи с приближающимся юбилеем города.

В 2017 году Азов будет отмечать 950-летие с даты своего основания. Городскими властями разработан и утвержден перечень мероприятий по подготовке и проведению празднования. В этом списке – реконструкция и благоустройство городского ландшафта; создание новых монументов, посвященных славной истории города; реставрация и реконструкция памятников культурного наследия, музеев, строительство набережной, новой гостиницы в исторической части города, новых спортивных объектов и множество других мероприятий. Все они будут способствовать укреплению инфраструктурной и социально-ментальной составляющих развития культурно-исторического наследия города.

Положено начало реализации грандиозного проекта по созданию современной высокотехнологичной экспозиции под открытым небом «Южный Форпост России» в виде первого его элемента – Алексеевского гонверка Азовской крепости. Данная достопримечательность города была открыта после реконструкции и реставрации в апреле 2014 года [3]. В ходе проведенных работ увеличена зона комфортного осмотра объекта, в «бойницах» установлены новые орудия, информационные щиты знакомят с устройством крепости и фортификационными терминами, знак-ориентир определяет местоположение других известных военных сооружений. Органично в систему оборонительных укреплений вписались деревянные караульные будки, оснащенные фонарями. Приятной новинкой стала бинокулярная труба, позволяющая рассмотреть великолепную панораму дельты Дона в мельчайших деталях. Первые шаги сделаны и в обустройстве площади вблизи от Алексеевских ворот крепости – «выросла» кордегардия с разместившимися в ней билетной кассой, сувенирным киоском и санузелами. Поблизости расположилась детская площадка для подвижных игр и отдыха с аутентичными копиями качелей-качалок, выполненных по чертежам XVIII столетия [3].

Таким образом, статус города как исторического поселения, наличие и реализация городских программ, нацеленных на сохранение историко-культурного наследия, проведение в городе международных культурных праздников и фестивалей, близость к административному центру Южного федерального округа, удобное географическое положение на водной транспортной артерии являются благоприятными факторами развития туризма в городе. В то же время дальнейшее развитие туризма, как эффективной и конкурентоспособной отрасли экономики города, может осуществляться только посредством продолжения реализации крупных инфраструктурных проектов по обустройству мест показа и пребывания туристов в сочетании с целенаправленным использованием и бережным отношением к объектам историко-культурного значения.

#### Литература

1. Азовский историко-археологический и палеонтологический музей-заповедник: Официальный сайт. URL: <http://азовский-музей.рф>
2. Азовский историко-археологический и палеонтологический музей-заповедник // Музеи России. Информационный портал. URL: <http://www.museum.ru/M836>
3. Второй полубастион Азовской крепости ждет гостей // Азов.Инфо. Информационный сервер города Азова. 23.04.2014 г. URL: <http://azov.info/new/15928>
4. Генеральный план городского округа «Город Азов». Пояснительная записка. Том I. Положения о территориальном планировании. 17/06-ГК арх.-ПЗ / Гл. архитектор проекта В.В. Прокопьева. СПб.: ОАО «НИИПИ по разработке генеральных планов и проектов застройки городов»; ОАО «НИИПГрадостроительства», 2007. 17 с.
5. Земельный кодекс Российской Федерации от 25.10.2001 N 136-ФЗ (ред. от 03.07.2016) // КонсультантПлюс. Общероссийская сеть распространения правовой информации. URL: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_33773](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_33773)
6. Масловский А.Н. Забытый город Азак. Азов: Изд-во Азовского музея-заповедника, 2013. 25 с.
7. Об объектах культурного наследия (памятниках истории и культуры) народов: Федеральный закон от 25 июня 2002 г. N 73-ФЗ // Система ГАРАНТ. URL: <http://base.garant.ru/12127232/1/#ixzz45svuDKYg>
8. Об утверждении границы территории и правового режима земельного участка в границе территории объекта культурного (археологического) наследия регионального значения Городище Азака-Таны с некрополем. Министерство культуры Ростовской области. Приказ от 21 мая 2012 года N 216 // Консорциум «Кодекс». Электронный фонд правовой и нормативно-технической информации. URL: <http://docs.cntd.ru/document/469801173>
9. Перепечаева Л.Б. Из истории Азовского осадного сидения. Азов: Изд-во Азовского музея, 2011. 127 с.
10. Стратегия социально-экономического развития города Азова на 2011-2020 годы // Официальный сайт администрации города Азова. Документы стратегического развития. URL: <http://www.gorodazov.ru/economy/docstratrazv.html>
11. Сухинин С.А. Перспективы развития туризма в регионах Юга России // Развитие регионов в XXI веке: Материалы I Международной научной конференции. Часть II. Владикавказ: ИПЦ СОГУ, 2013. С. 308–311.
12. Схема границ территории и правового режима земельных участков в границе территории объекта культурного наследия федерального значения «Остатки Азовской крепости: валы, пороховой погреб, ворота крепости и другие сооружения XVII-XVIII веков» // Официальный сайт администрации города Азова. URL: <http://www.gorodazov.ru/File/2016/arhitektor/PZZ2016/Valy.pdf>
13. Схема границ территории объекта культурного (археологического) наследия регионального значения «Городище Азака-Таны с некрополем» // Официальный сайт администрации города Азова. Правила землепользования и застройки. URL: <http://www.gorodazov.ru/azov/genplan/zemlepolz.html>
14. Туризм и достопримечательности // Официальный сайт администрации города Азова. URL: <http://www.gorodazov.ru/azov/turizm.html>

## РАЗВИТИЕ ИННОВАЦИЙ В ГОСТИНИЧНОЙ ИНДУСТРИИ

Гостиничный бизнес, являясь одной из самых личных сфер экономики, представляет собой высоко насыщенную информационную отрасль. Известно, что успех бизнеса некоторых отраслей экономики напрямую зависит от скорости передачи и обмена информацией, от ее актуальности, своевременности получения [1]. Это касается и любого средства размещения, то есть успешное развитие гостиничного бизнеса предполагает широкое использование новейших технологий, как в области введения новых гостиничных услуг, так и в их продвижении на рынок услуг. Гостиничная индустрия позволяет использовать все многообразие компьютерных технологий, начиная от специализированных программных продуктов управления гостиничным предприятием до применения глобальных компьютерных сетей. На сегодняшний день в гостиничной индустрии используется достаточно много новейших компьютерных технологий: глобальные компьютерные системы резервирования, интегрированные коммуникационные сети, системы мультимедиа, Smart Cards, информационные системы менеджмента и др. На российском рынке представлены в основном такие системы глобального резервирования как: Amadeus, Galileo, Wordspan.

Прикроватная панель управления. Многие мировые отели отмечают необходимость переоборудования номеров и введения новейших электронных технологий, без чего просто немислим современный мир [2]. Если до недавнего времени, отмечают ведущие отельеры, клиенты больше обращали внимание на количество квадратных метров номера и бытовые удобства, то сейчас High-Tech все более востребован. Например, сеть Peninsula Hotels проводит специальные исследования по изучению спроса и внедрения на рынок новых технологий. Так, в отеле The Peninsula Tokyo, который открылся 1 сентября 2000 году, каждый номер имеет беспроводную прикроватную панель управления температурой воздуха, освещением, жалюзи, будильником, телефоном, аудиосистем. Также на панели есть кнопка подсветки ночью дороги в ванную, чтобы жильцы не блуждали впотьмах.

TVtrip.com и Trivop.com – это ведущие видеогиды по гостиницам, которые делают выбор отеля более простым, наглядным и увлекательным. На сегодняшний день в базе TVtrip есть отели 50 популярных европейских городов и 4 ключевых городов США, а в базе Trivop пока отелей не так много. Бесплатный для пользователей, сервис TVtrip.com дает посетителям ресурса доступ к видеоматериалам по более чем 2400 отелям Европы и США. Созданный для облегчения поиска и выбора отеля потенциальными клиентами, сайт предоставляет минутный видеоролик, показывающий внешний вид отеля, интерьеры холлов, номеров и общественных зон [3]. Кроме собственно изображения доступно описание отеля, отзывы гостей и даже возможность проверить тарифы. Встроенный инструмент поиска позволяет выдавать результаты поиска в виде видео галереи, а также производить сортировку поисковой выдачи по цене, рейтингу отеля, предоставляемым услугам и т. п.

Все представленные на сайте видеоролики, дающее полное, беспристрастное представление о гостиницах, снимаются и монтируются только профессионалами TVtrip и позволяют принять взвешенное, обдуманное решение. Помимо всего прочего, не покидая сайт, каждый посетитель TVtrip.com может узнать точное местоположение выбранного отеля, а также информацию о его удаленности от мест традиционного интереса туристов: исторических памятников, достопримечательностей, ресторанов, магазинов.

Е-Menu: Рестораны Европы, США и Японии испытывают новую технологию заказа блюд с помощью сенсорных экранов, призванную заменить не всегда вежливых и порой ошибающихся официантов. Кроме того, что электронное меню помогает снизить издержки, оно привлекательно для молодых клиентов, а соблазнительные фотографии блюд служат им наглядной рекламой [1].

Таким образом, мы можем сделать вывод, что мировой рынок инноваций в гостиничной сфере представлен не только системами, предназначенными для массового рынка и позволяющими эффективно управлять гостиничным предприятием, но и уникальными, единичными разработками, позволяющими гостиницам стать более конкурентоспособными, уникальными, позиционировать себя в виде высокотехнологичных предприятий, передовых гостиниц региона, привлекать гостей, желающих ощутить на себе удобство и качество инновации, ведь удивить клиента, тем более в таком относительно стандартизированном виде бизнеса, как гостиничная индустрия, в настоящее время очень трудно.

## **ФОРМИРОВАНИЕ ТУРИСТСКОГО КОМПЛЕКСА РЕГИОНА**

На сегодняшний день, когда наша страна стремится выйти на новый уровень постиндустриального развития общества, огромную роль играет более быстрый и качественный переход от преимущественного производства товаров к производству услуг. Особую позицию в этой сфере занимает туристский комплекс. Формирование и развитие уже существующей базы данного комплекса имеет важнейшее значение как для отдельных индивидов, посещающих в качестве туристов данную территорию так и для страны, предлагающей подобные услуги. Для первых это удовлетворение нематериальных, духовных потребностей, представляющих из себя «общеукрепляющую» культурную и оздоровительную деятельность. Для вторых – материальный интерес, подразумевающий получение дохода и как следствие рост объема ВВП страны, повышение занятости населения, а также расширение диверсификации экономики. Помимо перечисленного, нужно добавить и то, что на сегодняшний день туризм считается одним из самых прибыльных видов бизнеса.

Развитие внутреннего и въездного туризма в России поставлено правительством в ряд приоритетных задач. Одним из ключевых направлений этого развития является реформа собственности, образующей основу любой экономической системы [4, с. 146]. Анализ нынешнего состояния туристского комплекса в регионах показывает всю контрастность развития этой сферы в Российской Федерации. Краснодарский край способен принимать большое количество туристов, имея наличие одних из самых лучших в стране курортов Черного и Азовского морей, за счет которых увеличивается туристический приток [5, с. 124].

Наряду с самыми популярными и востребованными регионами у туристов: Краснодарский край, Черноморское побережье Кавказа, совсем недавно «вернувшийся в родную гавань» полуостров Крым, Казань и, конечно же, первая и вторая столицы государства – Москва и Санкт-Петербург, соседствуют и не самые привлекательные для туристов: большинство регионов Северного Кавказа, часть отдаленных регионов Дальнего Востока, Урал, Сибирь. Данное разграничение в востребованности в большинстве своем объясняется разными культурными и природно-климатическими условиями, историческими особенностями, различием в организационной составляющей, которая подразумевает наличие более или менее стабильного потребительского рынка. Принимая во внимание нынешнюю дифференциацию регионов РФ по туристской привлекательности, нужно отметить, что потенциал данной сферы услуг используется далеко не на полную мощность. Очевидным является то, что у менее востребованных в туристском секторе регионов РФ также достаточно конкурентных преимуществ в этой сфере, нуждающихся в материальном, инвестиционном «толчке», в развитии более благоприятной предпринимательской среды, усовершенствовании законодательной базы.

Не менее главным представляется и сохранение госсектора в туристическо-рекреационном секторе, ведь чем выше часть некоммерческого сектора и количество трансфертов, тем больше возможности малообеспеченной части населения потреблять услуги туристско-рекреационных предприятий [4, с. 147].

Разрабатывая теоретические предложения для улучшения состояния туристского комплекса региона, необходимо иметь ясное представление о его структуре, составляющих его подсистемах. Данная структурная модель отображена на рис. 1.

Налаживание взаимодействий между всеми подсистемами туристского комплекса является первостепенной задачей для региональных и федеральных органов, занимающихся вопросами развития и усовершенствования данной сферы услуг. Высокий уровень развития предпринимательства выступает необходимым слагаемым современной модели рыночного хозяйства [3, с. 101]. Интенсивный обмен информацией, сбалансированное взаимодействие между структурными составляющими являются неотъемлемой частью туристского комплекса, как целостной, единой системы. Из этого следует, что при планировании различного рода мероприятий по развитию этой сферы необходимо стремиться к достижению оптимальных результатов [2]. Специалисты отмечают, что при формировании туристского комплекса региона важно учитывать необходимость развития региональной индустрии туризма на основании соблюдения принципов устойчивого развития. Этот комплекс включает в себя следующие пять основных тенденций:

- эколого-природопользовательское планирование туризма;

- учет интересов проживающего на территории региона населения;
- высокое качество туризма;
- сохранение и воспроизводство туристских ресурсов;
- экономические выгоды [8].

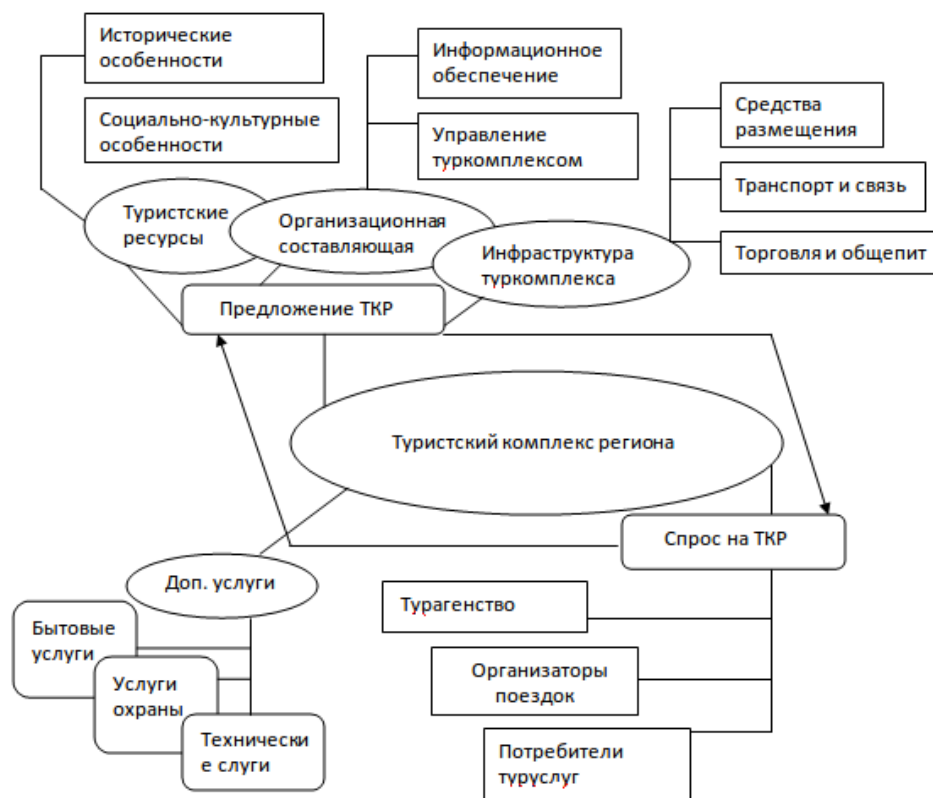


Рис. 1. Модель туристского комплекса региона

Разработка данного комплекса на основе концепции устойчивого развития имеет исключительное значение, так как подавляющий объем развития туристской сферы связан с такими видами деятельности, которые относятся к природной среде, историческому наследию, достопримечательностям и культурным моделям соответствующих регионов. В случае ухудшения или разрушения этих ресурсов, привлекательность туристских регионов станет неэффективной и менее популярной для гостей. Поэтому соблюдение концепции на основе принципов устойчивого развития требует от федеральных и региональных органов власти их неукоснительного соблюдения.

На данный момент в России практически не осуществляется единая государственной политика развития туристского комплекса. В связи с этим, есть необходимость в создании единого нормативного документа, регламентирующего развитие ТКР, которая представляла бы из себя научно-разработанные и корректно оформленные стратегические цели, а также включала бы в себя систему взаимоотношений туристского комплекса регионов с другими отраслями экономики, принимая во внимание рыночные условия функционирования. Такая политика в отношении отдельных регионов должна основываться на качественной реализации туристско-рекреационного потенциала с пользой для местных бюджетов, а также сохранения достойного экологического состояния курортов. К основными положительными результатам этой политики нужно отнести: превращение туристских регионов в курорты современного уровня, а также возможность для отраслей, обслуживающих туристов, принимать более эффективные оперативные решения [1].

Необходимо отметить, что наряду с разработкой нормативных документов, регламентирующих деятельность ТКР, существуют другие эффективные направления развития туристского комплекса региона. В последнее время все более значимыми и обсуждаемыми на государственном уровне и среди крупного и среднего бизнеса России становятся вопросы развития государственно-частного партнерства и преодоление преград сдерживающих реализацию инфраструктурных проектов в формах ГЧП [7, с. 277]. Методы маркетинга и брендинга представляют из себя некое выставление напоказ собственных конкурентных характеристик, результатом чего является восприятие потребителями бренда, в случае с нашим регионом, с его достопримечательностями, как отдельной товарной катего-

рии. То есть потенциальный турист, настолько ярко и четко идентифицирует регион-курорт, что не может поставить его в один ряд с другими, на первый взгляд, аналогичными местами своего возможного пребывания. Основными отличительными характеристиками брендовых компаний являются:

- стремление к лидерству в своих сегментах;
- взятие на себя миссии по формированию положительного имиджа туристской отрасли;
- соблюдение принципов информационной открытости в контексте работы на рынке и выполнения своих обязанностей перед другими его участниками;
- забота о повышении квалификации сотрудников, делится опытом и знаниями с розничными партнерами для повышения качества предоставляемых туристских услуг;
- выступление против недобросовестной конкуренции на рынке;
- брендовая компания соблюдает корректность в рекламе.

Бренд региона – набор эмоциональных ощущений, ассоциаций, символов, образов, которые используются для подчеркивания уникальных особенностей региона в сознании посетителей на фоне аналогичных достопримечательностей. Поэтому главным положительным эффектом брендинга станет то, что появится возможность для малоизвестных и непопулярных регионов для выхода на новый уровень туристской привлекательности.

Таким образом, для повышения конкурентных позиций туристского комплекса региона, обеспечения его развития крайне важна разработка стратегических планов, что является наиболее адекватным инструментом, способным консолидировать усилия государства и общества для решения существующих проблем, которая поможет создать единый вектор усилий всех заинтересованных сил территориального образования. Также весьма важную роль в развитии данной сферы услуг играет проведение грамотной и креативной деятельности всех активных сил государства и регионов по внедрению передовых методов маркетинга и брендинга. Необходимо оказать максимальную поддержку малому бизнесу, а также адаптировать отечественное производство под конкурентную борьбу согласно международным принципам [6, с. 431]. Тем самым функционирование туристского комплекса региона даст возможность получить дополнительные финансовые ресурсы за счет поступления налоговых выплат в региональный бюджет, которые будут перенаправлены на сохранение историко-архитектурных памятников, благоустройство городов и поселений.

#### Литература

1. Артемьева, О.А. Формирование туристских продуктов, основанных на искусственной аттракции: автореф. дис. ... канд. экон. наук. М., 2011. – 28 с.
2. Виноградова М.В., Мазаева Н.П. и др. Основы стратегического планирования развития инфраструктуры регионального туристского комплекса: монография. М.: Инф.-внедр. центр «Маркетинг», 2006. 98 с.
3. Горенский С.В., Блоховцова Г.Г. Анализ состояния малого бизнеса в Краснодарском крае // Экономика и управление: актуальные вопросы теории и практики: Материалы IV международной научно-практической конференции. Краснодар, Краснодарский центр научно-технической информации, 2016. С. 101–105.
4. Каболова К.А., Блоховцова Г.Г. Реформа собственности как организационно-экономическая основа формирования рынка туристско-рекреационных услуг // Экономика и управление: актуальные вопросы теории и практики: Материалы III международной научно-практической конференции. Краснодар: Краснодарский центр научно-технической информации, 2016. С. 146–149.
5. Кучеренко В.В., Блоховцова Г.Г. Проблемы развития сферы услуг в Краснодарском крае // Наука и общество в условиях глобализации. Уфа, 2016. № 1(3). С. 121–124.
6. Несходимова А.С., Блоховцова Г.Г. Конкуренция и ее экономическая роль в России // Экономика и социум. 2015. № 6-4 (19). С. 430–434.
7. Рудева М.В., Блоховцова Г.Г. Тенденции развития государственно-частного партнерства // Экономика и управление: актуальные вопросы теории и практики: Материалы III международной научно-практической конференции. Краснодар: Краснодарский центр научно-технической информации, 2016. С. 276–279.
8. Туристско-рекреационный комплекс: сущность, функции и структура. URL: [http://vestnik.osu.ru/2011\\_13/61.pdf](http://vestnik.osu.ru/2011_13/61.pdf)

## **ПОЗНАВАТЕЛЬНЫЙ ТУРИЗМ ДЛЯ СЕМЕЙ С ДЕТЬМИ В АБХАЗИИ**

В связи с экономическими, политическими и социальными факторами в приоритете у российского потребителя туристских услуг ценовой фактор, безопасность и доступность. Всем этим приоритетам и желаниям российских потребителей соответствует республика Абхазия.

Абхазия обладает уникальными туристско-рекреационными возможностями: горы, море, климат субтропиков, растительность, специфический природный ландшафт, в котором сочетаются песчаные пляжи, густые леса и высокогорные зеленые альпийские луга. Значительный историко-культурный потенциал и богатое культурное наследие открывают возможности для туристско-экскурсионной деятельности и познавательного туризма. В республике есть все необходимые предпосылки для круглогодичного отдыха с использованием профилактических ресурсов и природных лечебных факторов, и практически всех видов туризма. Обширные водные ресурсы – реки, озера и море, которыми богата Абхазия, очень чистые и привлекают большое количество туристов. В Абхазии красивые горы и множество уникальных пещер. Туристический комплекс Абхазии развивался на протяжении многих десятилетий и состоит из гостиниц, пансионатов и санаторий, расположенных у кромки Черного моря. Заповедники Абхазии – Пицундо-Мюссерский, Псху – Гумистинский заповедники и Рицинский реликтовый национальный парк – занимают около 10% её территории. Помимо природных ресурсов, в республике очень много объектов туристского показа для различных видов туризма: исторические, архитектурные, познавательные, религиозные и другие.

Таким образом, наличие богатого культурного и природного потенциала позволяет Абхазии завоевывать серьезные позиции на туристском рынке в России. Но разнообразие туристско-рекреационного потенциала Абхазии не может быть полностью использовано в силу политических, экономических, социальных факторов, а также отсутствия туристических предложений для некоторых групп туристов. Сегодня клиент получает не те услуги, которые хочет, а те, что уже имеются. Существующие предложения на туры в Абхазию ограничиваются лишь перелетом, размещение и питанием, а экскурсионная часть остается на самостоятельную организацию отдыхающих, что не в полной мере удовлетворяет запросы и желания некоторых групп туристов, например, таких, как семьи с детьми.

Семейный туризм, представляющий собой форму организации поездок людей, связанных родственными узами, сегодня приобретает всемирный характер. Все больше и больше людей стремится провести отдых со своей семьей. Также многие родители стали проводить отпуска вне дома с детьми самого раннего возраста. Семьи с детьми старшего дошкольного возраста предпочитают сочетание пляжного отдыха с богатой экскурсионной программой для развития кругозора и удовлетворения эмоции интереса подрастающего поколения. Это произошло благодаря информированности родителей, растущей потребности укрепления семьи, развития и укрепления ребенка, а также развитию семейных турпутевок, отелей, курортов.

Актуальность темы исследования обусловлена противоречием между потребностью в познавательном семейном отдыхе в республике Абхазии и невозможностью в полной мере удовлетворить эту потребность. Противоречие заключается в том, что желание и интерес у туристов посетить данное направление существует, но нет достаточно полного предложения на туристском рынке города Екатеринбурга.

Культурно-познавательный туризм представляет собой комплексное явление, связанное с временным выездом граждан по территории своей страны и за ее пределы, знакомством с культурой и ее постижением, в результате которого личность формирует культурную компетентность, самосознание и культурное самоопределение в мировом пространстве [3].

Среди основных направлений культурно-познавательного туризма выделяют:

- исторические путешествия (путешествия в историю, путешествия-реконструкции исторических событий, религиозные путешествия, изучение исторического периода);
- географические путешествия (комплексные и специализированные);
- художественные путешествия (поездки, предпринимаемые в целях изучения какого-либо направления в искусстве и т.д.) [5].

Сегодня в зарубежной литературе помимо традиционного культурно-познавательного туризма указываются следующие направления: культурно-исторический, культурно-событийный, культурно-археологический, культурно-этнографический, культурно-этнический, культурно-религиозный, культурно-антропологический, культурно-экологический и другие [8].

Особенность культурно-познавательного туризма заключается в организации туров познавательной, исторической, культурной направленности [4]. Познавательные туры делятся на два вида: стационарные туры с проживанием людей в одном городе или центре достопримечательностей; и маршрутные туры, которые предполагают посещение нескольких городов или туристских центров, выстроенное в виде путешествия с переездами туристов.

Программа тура основывается на тематике тура. Например, при организации исторического тура экскурсионная программа направлена на освещение исторического развития местности на примерах объектов достопримечательности и музейных экспозиций исторической тематики.

Досуг в познавательных турах носит культурно-познавательный характер. Это могут быть творческие встречи, видеопрограммы о месте отдыха, национальные праздники, а также возможно посещение ресторанов с национальной кухней или программой, участие в дегустации национальных блюд. Курортные и спортивные мероприятия или не планируются, или, по желанию туристов, в свободное от основной программы время.

Проживание туристов на стационарных турах может быть в любых средствах размещения, в гостиницах от 1 до 5 звезд. Единственное условие – местонахождение средств размещения в черте города, желательно ближе к его историческому центру.

Питание на маршрутных турах подразумевает обычно полный пансион, так как основное время отведено посещениям музеев, экскурсий, театров и у туристов нет возможности и времени самостоятельно организовывать прием пищи. Пункты питания организуются поблизости с намеченными объектами показа.

В программе туров, как правило, выделяют свободное время для самостоятельного времяпрепровождения, осмотра города, знакомства с его достопримечательностями, развлекательными и досуговыми центрами. Обычно на стационарных турах ежедневно часть дня у туристов свободна, так как в день обычно планируется одно познавательное мероприятие, и это время туристы могут использовать по своему желанию. Если город находится в прибрежной зоне, то туристы могут заняться пляжным отдыхом.

Сегодня, в условиях тотальной занятости, глобальной нехватки времени и урбанизации, семья для большинства людей остается тем местом, где психологически комфортная атмосфера и ощущается поддержка близких.

Семья, по мнению Т.А. Куликовой, «это малая социально-психологическая группа, члены которой связаны брачными или родственными отношениями, общностью быта и взаимной моральной ответственностью и социальная необходимость в которой обусловлена потребностью общества в физическом и духовном воспроизводстве населения» [3].

В XXI веке большинство семей целый день проводят раздельно: родители на работе, младшие члены семьи – в образовательных учреждениях различного вида. На совместный досуг остается меньшая часть свободного времени. Главный принцип организации семейного досуга – это учет возрастных, психофизических особенностей, и ориентация на интересы и желания всех членов семьи. Семейные досуговые формы создают благоприятный психологический климат в семье, укрепляют, сплачивают семью, налаживают отношения между поколениями и помогают решить проблемы «отцов и детей». Поэтому многие российские семьи предпочитают проводить ежегодный отпуск вместе со своими детьми подальше от города.

Предпочитая семейный туризм, родители ставят несколько целей, таких как, удовлетворение интересов, укрепление физического и нравственно – психологического здоровья, расширение кругозора, открытие ребенку окружающего мира, оздоровление, развитие детей, обогащение детей новыми знаниями, привитие стойкого интереса к здоровому, семейному образу жизни, налаживание отношений. Участие детей в туристских походах и путешествиях совместно с родителями может стать основой неприятия ребенком в будущем антиобщественных явлений, таких как наркомания, алкоголизм и преступность. Дети же, чувствуя причастность к общему делу, свою важность и значимость, активно принимают участие во всех семейных делах и добиваются своих первых успехов в разных видах деятельности.

В настоящее время во всем мире наблюдается повышение тенденции к семейному отдыху. Семейный туризм стал очень распространен благодаря тому, что информация стала общедоступной в сети интернет, туристические фирмы разрабатывают специальные маршруты для семейных туристов,



отели – детские зоны, анимацию и меню, языковые проблемы решаются с помощью электронных переводчиков, транспортные перевозчики создают условия для путешествий с детьми.

Семейный туризм, по мнению Л.А. Рамзаевой, становится возможностью решения семейных и социальных проблем, активно способствуя сплоченности семьи, взаимопониманию, гармонизации межличностных отношений, социальной, физической активности и оздоровлению семьи, сохранению семейных традиций и ценностей, созданию воспитывающей социальной среды, установлению отношений сотрудничества между родителями и детьми, коррекции детско-родительских отношений [7].

Рынок семейного туризма имеет свои особенности, условия и требования. Семейный отдых может быть очень разнообразным: стационарным, мобильным, спортивным, оздоровительным, познавательным и другим. Поэтому и программы тура могут сильно отличаться. Набор программ тура зависит от тематической направленности тура.

К семейному туризму, по мнению Е.Л. Писаревского, относят супружескую пару и их малолетних детей, то есть традиции некоторых культур считать семьей несколько поколений прямых и не прямых родственников в классификации туризма не учитываются [6].

По мнению В.А. Квартальнова, условно семейным туризмом считают путешествия родителей с детьми до 11 лет [2]. Наличие среди путешественников маленьких детей налагает свои специфические особенности и требования к организации семейных туров.

Так, при выборе мест размещения, питания и средств передвижения, прежде всего, необходимо учитывать особенности детской физиологии и психологии, а также не забывать об интересах взрослых, их родителей.

Размещение на семейных турах необходимо проводить в экологически чистых, спокойных, озелененных местах. Рядом желательна развитая инфраструктура – транспорт, магазины, аптеки, специализированные услуги. Кроме того, гостиницы, где будут размещаться туристы с детьми, должны отвечать специфическим функциональным требованиям для семейного отдыха: 2–3-местные однокомнатные или двухкомнатные номера, помещения для детских игр в плохую погоду, детский бассейн, услуги няни или аниматоров, наличие в штате доктора, детская площадка на свежем воздухе с небольшими аттракционами, вход в море должен быть пологим и без обрывов, детское меню или возможность приготовить пищу на заказ, наличие на территории гостиницы бара или дискотеки, куда могут пойти взрослые, оставив детей в детской комнате, желательно при возможности размещать семьи с детьми и молодежные компании в разные корпуса. Важно обратить внимание на то, что размещение данной категории клиентов должно быть совместное, что немного усложняет организацию тура.

Программы семейных туров должны содержать мероприятия для детей, взрослых, и совместные мероприятия. Такими могут быть: ознакомительные экскурсии, в которых могут участвовать и взрослые, и дети; отдельные экскурсии для взрослых при наличии услуг по присмотру за детьми, няни, детской комнаты; прогулки на природе, по реке, лесу, морю; экскурсии в зоопарки, ботанические сады и многие другие.

Спортивные программы для семей с детьми предоставляются в виде дополнительных услуг, это могут быть бассейны, теннисные корты, тренажерно-спортивные залы. Проведение спортивных игр между семейными командами с вручением небольших призов вызывает дополнительный интерес к спортивным программам на семейных турах.

Курортные программы для отдыха являются очень популярными среди семей с детьми, но предоставляются в зависимости от местных условий и времени года. Здесь самое главное – напомнить туристам о правилах поведения на воде и о мерах защиты от солнечных вредных воздействий.

Организация питания на семейных турах также имеет свою особенность. Как правило, предоставляют два отдельных меню, для взрослых и детей, с учетом их физиологических особенностей и вкусов. Для детей обычно предоставляется 4-разовое питание: завтрак, обед, полдник и ужин. В некоторых случаях для маленьких детей добавляют вечерний кефир или молоко перед сном.

Необходимо предусмотреть все возможные трудности, возникающие в связи со спецификой данной категории клиентов:

- учет детских психофизических особенностей: умеренный график экскурсий, несильная физическая нагрузка, отсутствие длительных переходов, восхождений или спусков, скорость пеших переходов ниже среднего, наличие детской тематики, возможность отдыха после обеда, 4-разовое полноценное питание, возможность стирки и глажения детской одежды, наличие аппарата для подогрева пищи и другие;

– совмещение интересов родителей с проблемами организации отдыха для детей: в программе тура необходимы мероприятия, время и возможности для взрослого досуга и соблюдения детского режима;

- организация детских комнат с услугами по присмотру за детьми, услуги няни и анимации;
- наличие в шаговой доступности развитой инфраструктуры или удобного транспорта.

Главной функцией обслуживания семей с детьми является создание такой атмосферы отдыха, при которой туристы чувствуют себя комфортно, спокойно и, при этом, отдыхать им интересно.

Таким образом, особенностью организации туров для семей с детьми является обеспечение клиентов и их детей различными культурно-массовыми мероприятиями с учетом интересов, возрастных и психофизических факторов, а также всеми необходимыми бытовыми условиями.

Природа щедро одарила Абхазию – здесь есть возможности для развития различных видов туризма: от познавательного и санаторного лечения до экотуризма и альпинизма. Туристско-рекреационный комплекс является одной из приоритетных отраслей социально-экономического развития Абхазии. Богатый туристско-рекреационный потенциал и историко-культурное наследие позволит обеспечить интенсивное и динамичное развитие туризма в стране и выход Абхазии на международный рынок туризма. Разнообразие уникальных памятников истории предоставляет неограниченные возможности Абхазии для развития культурно – познавательного туризма. Основными центрами туристического отдыха, сложившимися ещё в советский период, являются Гагры, Сухум, Пицунда, Новый Афон, Гудаута. Для курортного туризма есть все условия в Гагре, для лечебно-оздоровительного отлично подойдет Пицунда, для культурно-познавательного туризма – Новый Афон и Сухум.

Но существует ряд сдерживающих факторов для развития туризма в Абхазии. По данным Управления по туризму торгово-промышленной палаты республики, к ним относятся: нестабильная политическая обстановка; состояние туристской инфраструктуры, унаследованный курортный и туристский потенциал, созданный еще в советский период, был в значительной степени разрушен; несоответствие цены и качества предоставляемых услуг; отсутствие государственной поддержки туристической отрасли; высокая изношенность материально-технической базы; отсутствие современной инфраструктуры; несовершенство системы информационного и рекламного продвижения республики на туристском рынке; невысокое качество обслуживания [9].

Сегодня на туристском рынке Российской Федерации наблюдается противоречие между растущей потребностью населения России в познавательном семейном отдыхе и невозможностью в полной мере удовлетворить эту потребность. Это связано со многими факторами социального, экономического, политического характера.

Поэтому актуальным становится поиск выхода из сложившейся ситуации. Одним из решений проблемы может стать разработка и внедрение новых направлений и туров, с учетом специфики познавательного туризма и потребностей семей с детьми.

В первой части исследования была рассмотрена специфика познавательного тура, особенности организации туров для семей с детьми и представлена комплексная оценка познавательного туризма в мире. Специфика познавательного туризма заключается в круге интересов туриста. Человек, интересующийся религией и паломничеством, едва ли купит тур с развлекательной программой. И, наоборот, потребитель, жаждущий развлекательного тура, не заинтересуется программой религиозного содержания. Поэтому при разработке познавательного тура необходимо опираться на потребности туристов. Основную роль в программе познавательного туризма играют культурные мероприятия. Они очень разнообразны – это могут быть посещения музеев, национальные праздники и знакомство с архитектурными памятниками.

При решении задачи рассмотреть особенности организации туров для семей с детьми мы выяснили, что основной принцип организации семейного досуга – это ориентация на интересы всех членов семьи с учетом психофизических и возрастных особенностей. То есть при организации познавательного семейного тура необходимо предложить программу, которая будет интересна всем членам семьи, а также место размещения, оборудованное детскими площадками и игровыми комнатами, с детским и взрослым меню.

#### Литература

1. Федеральный закон «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» № 132-ФЗ (ред. от 28.12.2016 г.) [Текст]: федер. закон: принят Гос. Думой 4 окт. 1996 г. 20 с.
2. Квартальнов, В.А. Туризм. М.: Финансы и статистика, 2002. 320 с.
3. Куликова, Т.А. Семейная педагогика и домашнее воспитание. М.: Академия, 2000. 232 с.
4. Лойко, О.Т. Туризм и гостиничное хозяйство. – Томск: ТПУ, 2005. 152 с.

5. Мошняга, Е.В. Концепт «Культурный туризм» в системе концептов международного туризма // Знание. Понимание. Умение. 2009. № 3. С. 146–151 с.
6. Основы туризма. М.: Федеральное агентство по туризму, 2014. 384 с.
7. Рамзаева, Л.А. Семейный туризм как средство воспитания подростков в системе дополнительного образования: дис. ... канд. пед. наук. – Сходня, 2002. 127 с.
8. Черненко, В.А. Развитие культурно-познавательного туризма в Северо-Западном Федеральном округе Российской Федерации: монография. СПб.: СПбГУСЭ, 2012. 179 с.
9. Торгово-промышленная палата Республики Абхазия. URL: [http://www.tppra.org/ru/publikacii/tourism\\_analysis\\_2016](http://www.tppra.org/ru/publikacii/tourism_analysis_2016)

УДК 069.1

**В.И. Давыдова, студент**

*Научный руководитель: Е.В. Родионова, канд. филос.наук, доцент  
г. Томск, Национальный исследовательский Томский политехнический университет*

## **МУЗЕЙ КАК ИНСТРУМЕНТ ФОРМИРОВАНИЯ НАЦИОНАЛЬНОЙ ИДЕНТИЧНОСТИ В СОВРЕМЕННОМ ТРАНСКУЛЬТУРНОМ ПРОСТРАНСТВЕ (НА ПРИМЕРЕ СОЗДАНИЯ МУЗЕЯ НАЦИОНАЛЬНЫХ КУЛЬТУР В Г. ТОМСКЕ)**

В современном мире, где процесс глобализации неуклонно растет, с одной стороны формируется транскультурное пространство, с другой актуализируется проблема сохранения национальной идентичности, исчезает самобытность, так как стираются границы между государствами и происходит слияние различных культур.

**Объектом** данного исследования является музей в современном транскультурном пространстве.

**Предметом** – музейная деятельность как инструмент формирования национальной идентичности и единства.

**Цель** работы состоит в разработке концептуальной модели музея национальных культур в г. Томске как социокультурной самоорганизующейся системы.

Для реализации данной цели необходимо решить следующие **задачи**:

1. Показать, что музейная деятельность может являться инструментом формирования национальной идентичности и единства.
2. Доказать актуальность создания музея национальных культур для Томска.

В настоящее время глобализация затрагивает не только политическую сферу, а также духовную и социокультурную, что приводит к стиранию территориальных границ государств и кризису идентичности. И чем сильнее глобализационные процессы проникают в культуру различных национальностей, тем активнее народы стараются сохранить язык, религию, самобытность культуры. С одной стороны можно говорить о том, что глобализация открывает новые возможности, благодаря которым происходит формирование транскультурного пространства, обогащение новыми знаниями, технологиями. В данном контексте можно говорить о том, что транскультурное пространство представляет собой пространство, с происходящим в нем взаимодействием различных культур, которое осуществляется их носителями. Благодаря формированию транскультурного пространства возможно появление взаимопонимания между культурами, налаживание диалога, приобщения людей к ценностям других культур и способствовать при этом пониманию своеобразия собственной культуры, повышению уровня толерантности и многое другое. Но, говоря о негативных сторонах, появление транскультурного пространства может вызвать неприятие или полное отторжение другой культуры. Но с другой стороны глобализация порождает многие серьезные проблемы, которые носят деструктивный характер. Например, унификация культуры, стирание межнациональных культурных границ, потеря культурной самобытности народа.

Вопрос о том, каким образом происходит культурная идентификация людей, которые оказываются в новом для них этнокультурном пространстве, представляется важным из-за глобальных процессов, протекающих в современном обществе [7, с. 29]. Адаптация мигрантов – сложный и противоречивый процесс, предполагающий постепенное освоение ценностей новой культуры, образцов поведения, без утраты особенностей собственной культуры. Адаптация индивида выражается, с одной

стороны, в чувстве удовлетворенности жизнью, а с другой, в участии в социальной и культурной жизни принимающего общества.

Музей выступает как особый социальный институт, способствующий социализации и социокультурной адаптации личности в глобальном обществе, а также способствует формированию и сохранению национальной идентичности и единства, так как его деятельность влияет на становление мировоззрения большого количества людей и на их восприятие проблем, связанных с современным обществом. Также музеи являются хранителями культурного наследия и выполняют социальную миссию, а именно трансляцию культурных традиций и исторической памяти народа. Именно данным социальным институтам отводится важное место в формировании исторического сознания и национальной идентичности. Они позволяют проследить взаимосвязь истории страны, региона, народа, семьи и судьбы отдельного человека, ощутить себя частью исторического процесса и понять ценность каждой личности, независимо от национальности или конфессиональной принадлежности [6, с. 105]. Музеи все чаще говорят о своих возможностях, которые необходимо использовать в различных социальных целях, например, воспитания молодежи, формирования политического или гражданского самосознания, осуществления помощи в социализации и адаптации индивида, повышение его культурного и образовательного уровня. Несмотря на процесс модернизации музея, необходимо сохранять его образ как носителя культурной преемственности, отношение посетителя к культурному наследию и традициям своего народа – важная составляющая, на которую музей имеет возможность влиять.

Конкуренция со стороны других учреждений культуры заставила задуматься о важности использования концептуальных и технологических инноваций в музейной деятельности, с помощью которых музейные экспозиции смогут заинтересовать широкие слои населения, даже такую малочисленную группу посетителей, как молодежь. Приоритеты современного музея – использование воображения и мышления посетителя, обращение к его внутреннему миру, воздействие на эмоциональную сферу, погружение в культурную среду [3, с. 265]. Применяя различные методы работы с аудиторией, используя инновации, музеи могут стать привлекательным местом для посещения.

Переходя к концепции самоорганизующегося музея, стоит сказать, что в настоящее время ученые не уделяют должного внимания разработкам в этой сфере. Поэтому, чтобы разобраться в понятии «самоорганизующийся музей», необходимо дать определение таким терминам, как «самоорганизующаяся система» и «музей».

Самоорганизующаяся система – открытая динамичная система, которая способна функционировать без внешнего упорядоченного воздействия, используя внутренние ресурсы. Элементы в данных системах объединяются и функционируют ради определенной цели, являющейся системообразующим фактором. Социальные и экономические системы, которые обладают такими признаками, как открытость, нелинейность, сложность, динамичность, можно считать самоорганизующимися. Согласно указанным характеристикам к самоорганизующимся системам можно отнести предприятие, общество, а также человека. Теперь следует сказать о том, что представляет собой музей. Исходя из определения в Федеральном законе «О Музейном фонде в Российской Федерации и музеях в Российской Федерации», музей является некоммерческим учреждением культуры, которое создано собственником, для того, чтобы хранить, изучать и публично представлять музейные предметы и коллекции. Также устав Международного совета музеев (ЮНЕСКО) определяет музей как постоянное некоммерческое учреждение, которое призвано служить обществу, а также способствовать его развитию, доступно широкой публике, и занимается приобретением, хранением, а также популяризацией и экспонированием материальных свидетельств о человеке и среде его обитания в целях изучения, образования и удовлетворения духовных потребностей.

Проанализировав все необходимые понятия, можно сделать вывод, что самоорганизующийся музей – некоммерческое учреждение, связанное с выставлением предметов культуры, которое функционирует по принципу самоорганизации, за счет вовлечения людей в процесс своей деятельности. К преимуществам данной концепции можно отнести уникальность, инновационную направленность деятельности, уход от архаичных форм музейной работы, вовлечение в музейную работу не только специалистов данной области, но и всех желающих. Недостатки самоорганизующегося музея – отсутствие заинтересованности у жителей, что может привести к невозможности существования и развития, так как именно благодаря вовлечению граждан и происходит работа данного рода музеев.

Томск представляет собой мультикультурную среду, в которой взаимодействуют и взаимодействуют друг друга разнообразные и равноправные культуры, а также их представители. Город уже более 20 лет принимает на своей территории студентов из других стран. Здесь обучается около 10 тысяч иностранных студентов более чем из 50 государств, среди них, например, Великобритания, Китай, Вьетнам, Дания, Бразилия, Чехия, Германия и многие другие. И их адаптация, как в культур-

ной сфере, так и в различных других, не должна пускаться на самотек. Необходимо вовлекать администрацию города, для которой этот вопрос должен быть одним из приоритетных направлений работы, если Томск предполагает и дальше позиционировать себя как образовательный центр Сибири, и один из образовательных центров России.

Каждый иностранный студент является носителем своей национальной культуры, но, приезжая в город, сталкивается с определенными трудностями, среди которых языковой барьер, проблема самоидентификации, «вхождение» в новую среду, психоэмоциональное напряжение, необходимость освоения нового социального, а также культурного пространства. Социальными институтами, которые выполняют интеграционную функцию, служат сохранению идентичности, являются учреждения, которые стараются формировать толерантное отношение граждан, к представителям других культур и национальностей, к ним можно отнести школы, музеи, высшие учебные заведения и т.д. Именно с помощью создания Музея национальных культур появится возможность приобщить иностранных студентов, а также жителей, к деятельности города, его культурной жизни, формированию культурной среды, а также позволит повысить толерантность и информированность граждан, живущих на территории Томска и Томской области, по отношению к иностранцам.

Музей будет строиться по принципу самоорганизующейся системы, потому что для отнесения его к понятию музея, согласно ФЗ, необходимо производить регистрацию музейных коллекций и предметов в Государственном каталоге Музейного фонда Российской Федерации, что не представляется возможным в данном случае, так как все экспонаты будут заимствованы у гостей и жителей города на условиях возвратности. Представители различных национальностей смогут «одолжить» музею предметы, связанные с их культурой, например, предметы быта, кухонную утварь, национальную одежду, оружие, монеты и многое другое. Иностранные студенты смогут принять участие в формировании выставок, в составлении планов экскурсий, а также будут выступать экскурсоводами и проводить различные мастер-классы, интерактивные игры и многое другое. С вовлечением иностранцев в работу музея, понимание какой-либо культуры качественно будет проходить на более высоком уровне, потому что иностранцы, являясь непосредственными представителями тех культур, о которых будет рассказываться, смогут заинтересовать посетителей в большей степени, чем сторонние экскурсоводы.

В настоящее время Музей национальных культур – уникальная концепция, так как основывается на принципах самоорганизации, поэтому можно говорить об отсутствии у него конкурентов. Также к преимуществам данного музея можно отнести постоянную смену экспозиций; использование инновационных технологий; вовлечение в деятельность музея, как иностранных граждан, так и жителей города; деятельность музея будет способствовать сохранению национальной идентичности иностранных граждан, а также повышать толерантность по отношению к ним.

Томск – один из образовательных центров России, а также мультикультурное пространство, в котором необходимо поддерживать отношения с иностранными гражданами и способствовать их идентификации, что в свою очередь сыграет роль в развитии образовательного туризма в городе, так как формирование толерантного культурного пространства поспособствует привлечению иностранных студентов, для которых не последнее место при выборе университета является безопасность города, а деятельность данного музея придаст городу репутацию толерантного и терпимого.

#### Литература

1. Балута Т.П. Кризис национальной идентичности в условиях глобализации // Молодой ученый. 2014. № 8 (11). С. 164–170.
2. Ванеева О.В. Комплексное использование интерактивных технологий в рамках музейного пространства // Труды СПбГУКИ. 2015. № 212. С. 189–196.
3. Грачева Е.С. Музей как социокультурное явление современного общества // Вестник СГТУ. 2009. № 1. С. 262–268.
4. Дианова В.М. Транскультурное пространство музея, или Сложности межкультурного взаимодействия // Международные отношения и диалог культур. № 1. 2012. С. 166–176.
5. Киммель Н.В. Особенности формирования культурной идентичности представителей русскоязычной диаспоры в мусульманских странах: автореф. дис. ... канд. социол. наук. Екатеринбург, 2011. 22 с.
6. Комиссарова Е.В. Региональный музей как пространство межкультурной коммуникации // Известия ВолгГТУ. 2014. № 13 (140). С. 103–106.
7. Костина И.Н. Особенности культурной идентификации представителей турецкой диаспоры в Германии // Известия ВГПУ. 2009. № 8. С. 29–33.
8. Макеева, И.А. Культурно-образовательная деятельность музея: содержание и формы // Вестник КГУ им. Н.А. Некрасова: Педагогика. Психология. Социальная работа. Ювенология. Социокинетика. 2011. № 4. С. 164–168.
9. Мастеница Е.Н. Новые тенденции в развитии музея и музейной деятельности. URL: <http://museumstudy.ru/wp-content/uploads/2015/12/MastenicaEN.pdf> (дата обращения: 23.02.2017).
10. Мосейко В.О. Предпринимательские структуры как самоорганизующиеся системы // Вестник АГТУ. Серия: Экономика. 2012. № 1. С. 116–120.

УДК 338.48

*Л.Э. Едигарова, студентка*

*Научный руководитель: А.А. Никифорова, канд. культурологии, ст. преподаватель  
г. Нижневартовск, Нижневартовский государственный университет*

## **РАЗВИТИЕ ТУРИЗМА ПОСРЕДСТВОМ ЭКОЛОГИЧЕСКОГО ЦЕНТРА НА ПРИМЕРЕ Г. МЕГИОНА**

Особый интерес для развития и популяризации этнографического туризма представляет «Региональный историко-культурный и экологический центр» (МАУ «Экоцентр»), расположенный в 42 км от Мегиона и берущий свое начало с образования в 1987 году школьного краеведческого кружка.

В декабре 1990 г. начал работу филиал городского краеведческого музея – музей-заповедник под открытым небом, где развёрнут комплекс хозяйственных и жилых построек хантыйского рода Казамкиных, вскоре преобразованный в Экомузей с экомаршрутами. В 1997 году на базе Краеведческого музея был образован Региональный историко-культурный и экологический центр (МУ «Экоцентр»). Год спустя МУ «Экоцентр» была передана турбаза «Югра», принадлежащая прежде геологам и расположенная на противоположной от музея-стойбища стороне озера, которая затем вместе с музей-стойбищем, переименованным в Экомузей вошла в состав музейно-туристического комплекса «Югра» (МТК «Югра»), на базе которых спустя время появилось новое структурное подразделение Экоцентра – Центр народных художественных промыслов и ремесел (ЦНХПиР).

Основной целью деятельности ЦНХПиР является сохранение, возрождение и развитие народных художественных промыслов и ремесел, а также традиционных и современных видов декоративно-прикладного искусства.

В 2011 году Экоцентр стал автономным учреждением.

Основными направлениями деятельности Экоцентра являются:

1. научно-исследовательская и информационная, предполагающая сбор, хранение и изучение памятников отечественной и национальной культуры;
2. прикладная природоохранная деятельность, направленная на охрану и защиту редких видов животных и растений;
3. воспитательно-образовательная и научно-просветительская деятельность осуществляется через экскурсии в природу и экотуризм; реализуется в проведении лекций, экскурсий по историко-культурной и природоведческой тематике, музейных уроков-абонементов для школьников по экологии, краеведению, биологии, декоративно-прикладному искусству;
4. методическая деятельность направлена на повышение квалификации работников учреждений культуры, образования, природоохранных служб;
5. рекламно-издательская деятельность ориентирована на выпуск информационных бюллетеней, буклетов, методических разработок, научно-популярной литературы и др.;
6. сотрудничество с профильными учреждениями России и зарубежных стран в целях обмена информацией;
7. организация летнего отдыха детей и подростков.

Экоцентр собирает, изучает, хранит и использует памятники природы, культуры и истории народов региона для научных, просветительских и воспитательных целей.

Основной деятельностью является научно-фондовая работа по сбору, научному описанию и хранению памятников материальной, духовной культуры и естественно-биологического собрания. В настоящее время фонды краеведческого музея и Экомузея Экоцентра насчитывают свыше 12 тысяч экспонатов. В Экомузее собраны 15 хозяйственных и культовых построек хантыйского рода Казамкиных, охраняются редкие виды растений, среди которых: княжик Сибирский, лишайник лобария ямчатая, плаун годичный, плаун сплюснутый, гудайера ползучая, чемерица Лобеля.

В Краеведческом музее хранятся этнографические коллекции по культуре коренных народов Западной Сибири, а также русских, татар и народов Дагестана; таксидермическая коллекция животного мира Среднего Приобья; собрание икон, антикварных и букинистических книг, нумизматики и бонистики, картины В.А. Игошева, Г.С. Райшева, А.Ф. Мухаметовой, А. Лара и др.

Уникальными экспонатами и коллекциями музея являются:

- коллекция предметов шаманского культа ваховской группы хантов. В комплекс входят: головной убор шамана, кованая и ровдужная ящерица, колотушка для бубна, гадальные камни (кон. VIII – нач. XIX);
- священные обрядовые мансийские покрывала с Северной Сосьвы, с пришитыми по углам колокольчиками (нач. XX в.);
- женское наkosное украшение сибирских татар «чулпы» с серебряными монетами и сердоликовыми овальными украшениями в серебряной оправе (кон. XIX в.);
- русский свадебный костюм Белгородской области с плотным ковровым геометрическим орнаментом на рукавах рубахи (кон. XIX в.);

Из редких выделяются:

- фрагмент черепа шерстистого носорога;
- хантыйские ровдужные «нырики», комбинированные из кожи, ровдуги и ткани, искусно украшенные орнаментом, нанесённым краской из смеси оленей крови с отваром лиственницы и окантован жгутиком из белого подшейного волоса оленя и прошит тончайшей сухожильной нитью (нач. XX в.);
- мешок из полос налимьей кожи, сшитых сухожильными нитями оленя (нач. XX в.).

Особенность данного музея в том, что он посвящен «человеку в его культурном и природном окружении». Это музей в общественном пространстве, задача которого приблизить человека к проблемам своего региона, научиться в повседневных предметах видеть будущие памятники истории, ощущать себя частью единого общего дома. Функции Экомuzeя многообразны: это – культурно-просветительское и научно-исследовательское учреждение, собирающее, изучающее, хранящее и использующее памятники истории, культуры и природные объекты для научных, просветительских, образовательных и воспитательных целей.

Краеведческим музеем организуются выставки, как из собственных фондов, так и фондов других музеев. В выставочном зале проходят персональные выставки художников, коллективом музея наработан определенный опыт в организации передвижных выставок. Ежегодно в выставочном зале музея проводятся 10–15 тематических выставок.

Экспозиции:

#### *«Этнография и археология края»*

В экспозиции представлены бронзовые предметы и фрагменты керамики, найденные во время археологических раскопок средневековых городищ на территории Среднего Приобья (VIII–XVII вв. н.э.), а также предметы традиционно-бытовой культуры коренного населения ХМАО: хантов, манси, лесных ненцев. Особый интерес представляет комплекс мужской и женской одежды, берестяная домашняя утварь, древние музыкальные инструменты, а также предметы шаманского культа и священные мансийские покрывала (конец XIX в.).

#### *«Живая природа» (минизоопарк)*

Открывает экспозицию таксидермическая коллекция, в которой представлены птицы отрядов водоплавающих, куликов, куриных, воробьиных, совиных, всего 33 вида. Краснокнижники: краснозобая казарка и большой кроншнеп. Другой отдел экспозиции знакомит с особенностями поведения животных, их разновидностями и условиями содержания. Привлекают внимание детей вид обезьяны, сирийские хомячки, морские свинки. В аквариумной экспозиции собраны обитатели тропических морей: рыбы, моллюски и др.

#### *«Русская изба»*

Экспозиция знакомит с предметами русского быта сибирской деревни 40–60 гг. XX в., культурой, обычаями, обрядами и календарными праздниками русских переселенцев. Экскурсантам представляется возможность увидеть деревянные маслобойки, ручные жернова, ткацкий станок начала XX в., а также интерьер сибирского дома с патефоном, швейной машинкой «Зингер», комодом и панцирной кроватью убраной подзорами с ручной вышивкой.

#### *«Вахта длиною в жизнь»*

Состоит из 2-х разделов. В Первом собрана коллекция минералов, среди которых особо выделяются: минералы группы гранатов: уваровит, альмадин. Редкими минералами являются ярко-оранжевый крокоит (класс сульфатов), он отмечен всего в 6–7 месторождениях мира и «Гипсовая роза» с одного из месторождений пустыни Сахары.

Второй раздел посвящён истории развития нефтегазового комплекса в Среднем Приобье, а также геологам-первопроходцам. В экспозиции представлены личные вещи В.А. Абазарова – начальника Мегионской нефтеразведочной экспедиции, лауреата Ленинской премии. Здесь же можно по-

знакомиться с персональными коллекциями передовиков производства: наградные материалы, фотографии, трудовые рапорты и др.

Особой популярностью среди туристов разных возрастов пользуется *музейно-туристический комплекс «Югра»*. Приезжают на Югру семьями, организациями. Частые гости, образовательные и дошкольные учреждения. Протяжённость комплекса составляет 6,5 километров. Кроме уникального озера, он охватывает экологические маршруты «Лисья тропа» и «Медвежья тропа», а также музей-стойбище под открытым небом, в котором в точности воспроизведены традиции и уклад жизни коренных народов Севера, где можно увидеть лабаз, облас, хантыйскую печь, чум – и ещё очень много интересного. Туристический комплекс оборудован тёплыми коттеджами, пляжем, игровой и спортивной площадками, костровыми местами.

Гостями Югры были вартовчане, излучинцы, сургутяне, а уж если к мегионцам приезжают родственники, друзья из разных городов России дальнего и ближнего зарубежья, других государств (Израиль, Германия) – обязательно покажут музей города и повезут в МТК «Югра».

Здесь можно в ясный, солнечный зимний день походить в лесу на лыжах, снегоступах, прокатиться на буране, а потом посидеть у костра за чашкой ароматного чая! В весенне-осенний период посетители любуются цветущими кувшинками, озером, полянками лекарственных трав в экскурсиях по экотропам. Можно встретить семейство белок и посетить «кузницу дятла». Но и это ещё не всё. Югра прекрасное место отдыха для учащихся пришкольных лагерей. В МТК проводятся мероприятия: зимой – «В гостях у новогодней ёлки», весной – «Удивительные капельки», летом праздник Ивана Купала, «Ночь сказок», а осенью – «Грибное лукошко». Можно предложить и реконструкции обрядов «Тор-най», «Праздник огня», «День обласа». Всё это происходит в МТК «Югра».

Имея в своем составе музей-стойбище, где представлены 12 хозяйственных и культовых построек, и экотропы, общей протяженностью больше 10 км, он убедительно демонстрирует взаимосвязь человека с окружающей природной средой.

Идея создания музея-заповедника под открытым небом «Югра» возникла еще при сборе материала для этнографического музея в 1987–1989 годы. Находясь и работая в экспедициях, ненец, поэт и оленевод Юрий Вэлла и директор Экоцентра Виктория Ивановна Сподина видели, как уничтожаются стойбища в связи с разработкой нефтяных месторождений. Разорялись родовые угодья, а вместе с ними уничтожалась и культура коренных народов Сибири. Желание каким-либо образом сохранить хоть часть культурного наследия подтолкнула Юрия Вэллу на идею создания музея, где будут собраны объекты хозяйственных и культурных построек.

Музей-стойбище – это этнографический музей, который является экспозицией под открытым небом, где хранится особая коллекция памятников материальной и духовной культуры коренных народов ХМАО. Здесь собрано 16 хозяйственных и культовых построек хантыйского рода Казамкиных, проживающего на стойбищах в районе п. Варьегана и г. Радужного. Данный комплекс показывает взаимосвязь человека и окружающей природной среды, с которой человек жил в постоянной гармонии, не нарушая ее законов.

Материальное достояние Экомuzeя – это предметы повседневной жизни, совершенно обычные, бывшие или находящиеся в употреблении в профессиональной и домашней деятельности коренного населения округа, отображающие традиции, культуру, типы жилищ и т.д.

Деятельность экомuzeя имеет несколько направлений: экскурсионно-туристическое; эколого-просветительское; образовательные; исследовательское.

Экскурсионное направление заключается в проведении обзорных и тематических экскурсий по объектам музея-стойбища и природных на экологических тропах.

Разнообразие экосистем, труднопроходимых мест позволяет развивать экотуризм, организовывая маршруты разной категории сложности. Экскурсионное и туристическое направления позволяют решить частично проблемы летнего отдыха населения. Организуемый ежегодно полевой лагерь «Лесные робинзоны» позволяет сочетать отдых детей и подростков с повышением экологического уровня знаний.

Эколого-просветительская работа направлена на самые широкие слои населения: местные жители и приезжие с иных городов и сел; дети и взрослые; ответственные работники органов власти, управления, сферы бизнеса; пенсионеры и инвалиды. Одной из приоритетных категорий являются учащиеся. Эколого-просветительская работа ведется в сотрудничестве с различными социальными структурами, образовательными учреждениями, природоохранными государственными органами, органами местного самоуправления, общественными организациями и т.д. Работа ведется, в основном, через проводимые экскурсионное обслуживание, экологические уроки, консультации, культурно-массовые мероприятия, мониторинговую деятельность в сфере экологии и этнографии.



Образовательное направление заключается в проведении уроков по этнографии и экологии, походов по учебным тропам, в работе станций: орнитологии, энтомологии, популярной экологии, зоологии, гидрологии и других. Здесь возможны и полевые практикумы для учащихся и студентов.

Исследовательское направление заключается в проведении мониторинга в лесных массивах, водных экосистемах и тому подобного.

Таким образом, Экомузей способствует решению актуальной в настоящее время проблемы – экологического просвещения населения и сохранения культурного наследия коренных народов ХМАО. Для более эффективной работы, а также сохранения уникального эколого-этнографического центра, необходимо придание структурному подразделению Экоцентра статуса парка особо охраняемой природной зоны [1].

#### Литература

1. Региональный историко-культурный и экологический центра (Экоцентр) г. Мегион. URL: <http://ecocentr-megion.ru> (дата обращения: 20.12.2016).

УДК 338.48

**Е.А. Зайцева, студент**

*Научный руководитель: Е.В. Илясова, канд. экон. наук  
г. Краснодар, Кубанский государственный университет*

## БРЕНДИНГ ТУРИСТИЧЕСКОГО КОМПЛЕКСА КРАСНОДАРСКОГО КРАЯ

В нынешний век глобализации, когда происходит смешение культур, стираются национальные и языковые границы между государствами и появляются международные корпорации и глобальные бренды, возникает особая необходимость иметь собственный неповторимый образ. И, что может показаться странным, для стран и городов эта задача не менее важна, чем для фирм и организаций. Это объясняется тем, что основой для качественного развития территории выступают внешние капиталовложения. И, чем больше ресурсов она может привлечь, тем эффективнее ее жизнедеятельность. Именно поэтому страны и конкретные территории начинают создавать бренды, предлагая свой уникальный территориальный продукт в качестве центра туризма, подходящего места для ведения бизнеса или вложения инвестиций.

Чтобы регион мог развиваться и привлекать инвестиции, ему необходимо обладать ярким, узнаваемым образом, вызывающим доверие со стороны покупателей, то есть всем тем, что входит в понятие бренда. Воплощение в жизнь этого образа территории является трудной задачей, включающей разработку комплексного развития территории, формирование бренд-сообщества, наряду с традиционными задачами управления территорией [1].

В мире есть достаточно примеров грамотного брендинга территории, например, Турция. В начале 1960-х годов основной составляющей ВВП страна являлась промышленность, однако сильная конкуренция со стороны Ирана заставила правительство страны обратить свое внимание на потенциально высокодоходный туристический сектор экономики. С этого момента начали разрабатываться пятилетние планы развития туристического бизнеса, а в бюджете страны с каждым годом увеличивались ассигнования на подъем этой индустрии. В 1983 г. премьер-министром Турции был выбран Халиль Тургут Озал. Под его руководством правительство взяло курс на приватизацию, либерализацию импорта, отказ от регулирования цен, развитие частного сектора и предприняло другие меры для перехода к свободной рыночной экономике. С этого периода можно говорить о постепенном увеличении турпотока в Турцию. Начиная с 2000-х годов наряду с экономическими активно стали использоваться и маркетинговые методы: устраиваются пресс-туры, снимаются рекламные ролики. В результате многолетней работы курорты Турции стали востребованы у миллионов российских и иностранных туристов: турпоток с 3 981 000 чел. в 1995 году вырос до 7 982 000 чел. в 2014 году (однако сейчас в связи с геополитической остановкой снизился на 30%).

В плане развития и продвижения бренда у России есть огромный потенциал. Ежегодно Саймоном Анхольтом, независимый политический советником по вопросам построения национального бренд-имиджа государства, национальной идентичности и репутации, определяется Индекс национальных брендов. По результатам 2016 года Россия занимает 22-е место в рейтинге самых авторитетных стран. При этом выяснилось, что респонденты считают культуру главной опорой национального

бренда, отдав России 8 место в рейтинге стран с самой интересной потребителям культурой. Также в 2016 году Россия поднялась на 23 место в рейтинге самых привлекательных туристических брендов (с 26-го в 2015 году) [6].

Именно поэтому неудивительно, что в истории Краснодарского края, как одного из самых привлекательных для туристов регионов России, также были предприняты попытки создания бренда территории.

Пожалуй, самым узнаваемым из них является бренд «Курорты Кубани», используемый министерством курортов и туризма Краснодарского края. Не так давно был проведен рестайлинг бренда. Итогом работы стало изменение названия на «Курорты Краснодарского края» и визуального оформления. Однако это все эти меры не решили главных проблем.

Во-первых, словосочетание «Курорты Краснодарского края» у многих вызывает четкую ассоциацию с высокими ценами и не соответствующее этим ценам качество отдыха. Во-вторых, за брендом не стоит какой-либо конкретный продукт или концепция отдыха: курорты Краснодарского края — это и пешие походы в горы, и многочисленные пляжи, и лыжные трассы, и отдых в санатории, и многое другое [3].

Основным конкурентом данного бренда является «Русская Одиссея», представленная на международных туристических выставках в Москве в начале 2010 года. Разработчики бренда предлагают акцентировать внимание туристов на многообразии видов отдыха в противовес традиционным представлениям россиян и гостей страны о южных курортах как центре исключительно пляжного туризма [4]. Важно отметить, что позиционируется этот бренд не как бренд территории в целом, а как бренд непосредственно туристических возможностей данного региона.

Проект «Русская Одиссея» является в определенной степени инновационным, так как предлагает уйти от общепринятого канона, что инфраструктура курорта обладает первостепенной значимостью. Разработчики пытаются отодвинуть вопрос о бытовой основе отдыха на второй план. Туристу же дается возможность сосредоточить внимание на всем многообразии различных видов отдыха и развлечений, красот природы и особого колорита, которыми богат Краснодарский край.

Причины такого позиционирования легко объяснимы. В начале 2000-х годов в стране не было больших финансовых возможностей развивать туристическую сферу региона. Затем, в связи с Олимпиадой 2014 года значительно возрос уровень поступлений на продвижение туристско- рекреационного потенциала курортов Краснодарского края: с 6,964 млн. рублей в 2006 г. до 121,657 млн. рублей в 2013 г. Сегодня, спустя 3 года после Сочи-2014, в СМИ продолжают говорить об «олимпийском наследии», а потому уровень поступлений снова снизился [4]. Потому создатели попытались уйти от стереотипа, что для повышения качества отдыха в России необходимо улучшить инфраструктуру. По их мнению, нет смысла ждать, когда появятся деньги. Необходимо начинать переход от социалистической модели развития туризма к современной – рыночной. Проект «Русская Одиссея» не требует больших материальных вложений в инфраструктуру со стороны государства и не предполагает ее сиюминутной перестройки [7].

Но есть ли перспектива у бренда, который не предполагает упор на развитие территории? Очевидно, нет. Как утверждают авторы проекта, «территория, должна соответствовать бренду, всему, что этот бренд означает и олицетворяет». При этом становится очевидным, что отсутствие денежных вложений в инфраструктуру региона в скором времени выявит пропасть между «рекреационными возможностями» и реальностью.

Таким образом, существующие бренды Краснодарского края имеют определенные недостатки, связанные с дифференцированностью природных условий и туристических предложений, что делает создание единого бренда трудным, однако открывает уникальные возможности для самореализации отдельных территорий.

К примеру, город Краснодар. Если в рамках единого бренда «Курорты Краснодарского края» столица Кубани представлялась только лишь как административный центр региона и транспортная развязка, то грамотный бренд позволит позиционировать его как бизнес-столицу Южного федерального округа, город с глубокой и интересной историей, отпечатки которой можно до сих пор встретить на улицах города.

Отчасти эта мысль воплощена в маркетинговой стратегии Краснодара «Русская Калифорния». Данный проект предполагает программу развития территории до 2030 года и направлен на создание образа Краснодара как «генератора инноваций и технологий, повышающих эффективность сельского хозяйства». Однако «Жизнь со вкусом» – главный слоган бренда – так и осталась на бумаге: проект не был принят к реализации.

В других крупных городах Краснодарского края также были попытки создания территориального бренда. К примеру, в 2012 году группа выпускников Академии коммуникаций Wordshop создала бренд Ейского района. Основной задачей проекта было идейное соединение Ейска и Должанской ко-сы, что выразилось визуальном образе территории. Однако дальше разработанной стратегии проект не пошел – городу не удалось найти инвесторов. И это главная проблема современного брендинга Краснодарского края. Средства инвесторов вкладываются в разработку и развитие малоэффективных брендов, в то время как потенциально высокодоходные проекты остаются невостребованными.

Выход из данной ситуации видится в изменении подхода к брендингу Краснодарского края [2]. Вместо позиционирования региона как монотуристической единицы, использования малоинформативного понятия «курорты», а также продвижения только ранее зарекомендовавших себя и всем известных территорий (Сочи, Анапа, Геленджик), необходимо открыть новые пути развития, как это сделала в прошлом Турция. Разумеется, не стоит отказываться от развития бренда региона – это основа образа Краснодарского края на мировой арене. Однако администрации необходимо обратить внимание людей на широту возможностей и дать «зеленый свет» перспективным территориям формировать собственный, уникальный бренд.

#### Литература

1. Баженова Е.Ю. Бренд территории: содержание, модели формирования, практика конструирования в российских регионах // *Terra economicus*. 2013. Т. 11. № 3. Ч. 2. С. 120–124.
2. Ильясова Е.В. Маркетинговое планирование стратегического развития туристской территории // 2015. Т. 1. № 1. С. 328–332.
3. Проценко Н.П. Брендинг пошел // *Expert.ru*: информ. портал. М., 2010. URL: [http://expert.ru/south/2010/16/rebranding\\_poshel/](http://expert.ru/south/2010/16/rebranding_poshel/) (дата обращения: 30.03.2017).
4. Сердюкова Н.К. Оценка эффективности продвижения турпродукта курортов Краснодарского края // Интернет-журнал «НАУКОВЕДЕНИЕ». 2016. Т. 8. № 4. С. 1–16.
5. Славяновая С.В. Ребрендинг Краснодарского края в туризме – Русская Одиссея // Газета Коммерсантъ. № 92 (4390).
6. Simon Anholt Anholt-GfK Nations Brand Index [Электронный ресурс] // GfK: исследовательская компания. М., 2016. URL: <http://www.gfk.com/ru/insaity/press-release/index-nacionalnykh-brendov-anholt-gfk-2016/> (дата обращения: 31.03.2017).
7. Рестайлинг логотипа «Курортов Краснодарского края» // Digital-агентство Spider Group. Краснодар, 2009. URL: <http://www.spider.ru/portfolio/item/582/?filter=nodes> (дата обращения: 31.03.2017).

УДК 379.85

*Р.С. Ибрагимова, студент*

*А.А. Никифорова, канд. культурологии, ст. преподаватель  
г. Нижневартовск, Нижневартовский государственный университет*

### ЭТНОГРАФИЧЕСКИЙ ТУРИЗМ В ХАНТЫ-МАНСИЙСКОМ АВТОНОМНОМ ОКРУГЕ – ЮГРЕ

Стратегия социально-экономического развития Ханты-Мансийского автономного округа – Югры до 2020 года среди приоритетных направлений развития предусматривает создание рекреационного комплекса и содействие развитию въездного и внутреннего туризма. Мероприятия в рамках целевой программы Ханты-Мансийского автономного округа – Югры «Социально-экономическое развитие коренных малочисленных народов Севера Ханты – Мансийского автономного округа – Югры в 2016–2020 годы» главным образом акцентированы на формировании туристского продукта этнографической направленности.

Этнографический туризм, являясь среди всех многочисленных видов туризма одним из самых перспективных на территории Югры, в качестве главной цели рассматривает познание культуры, архитектуры, быта и семейных традиций этноса, живущего с давних времен на территории Югры. Для развития данного направления в округе есть все необходимые условия – огромная территория, богатое историческое и культурное наследие.

Востребованный сегодня этнотуризм, предоставляет возможность путешественникам пообщаться с представителями коренных малочисленных народов Севера на территории национальных поселков и стойбищ. Как отметила губернатор ХМАО-Югры Наталья Комарова – есть особая заинтересованность в том, чтобы Югра превратилась в один из ключевых брендов в мировой индустрии этнотуризма. Ведь округ обладает всем необходимым для этого – есть творческие, финансовые и орга-

низационные ресурсы. Этнотуризм открывая широкие возможности для непосредственного международного сотрудничества в самых разных областях – от культуры и развития коренных народов мира – до логистики и IT-технологий, позволяет создавать в округе привлекательные условия для иностранных туристов.

По словам губернатора, ряд реализующихся инициатив Югры в отношении этнотуризма имеет поддержку и на федеральном уровне – в первую очередь, это касается разработки единых межрегиональных программ развития туризма в Уральском федеральном округе. Прежде всего, акцентируется внимание на развитии межрегионального речного круизного туризма. Речная сеть автономного округа представлена крупнейшими судоходными артериями – реками Обь и Иртыш, проходящими через 7 субъектов, в том числе, через Югру, Ямал и Тюменскую область.

На территории Югры уже сегодня реализуется немало проектов в сфере этнотуризма. Среди них, можно выделить проект «Город мастеров», предполагающий создание в Ханты-Мансийске культурно-этнографического музея под открытым небом, позволяющего знакомиться с особенностями быта живущих в Югре народов. Кроме того, на территории нашего округа находится порядка 4903 объектов культурного наследия. Признание некоторые из них, например, Барсовой горы, по итогам международного конкурса одним из Семи чудес финно-угорского мира, безусловно, позволяет повысить привлекательность округа в глазах потенциальных туристов. Кроме того, создание благоприятного инвестиционного климата в этой отрасли позволит создать сильный и востребованный туристический бренд Полярного Урала.

В первую очередь, историко-культурный потенциал связан с наследием коренных народов округа – ханты и манси. В Югре функционирует несколько десятков эколого-этнографических музейных комплексов, к примеру: этнографический музей под открытым небом «Торум Маа» (г. Ханты-Мансийск), воплощающий собой традиционное летнее стойбище обских угров, варьеганский парк-музей «Под открытым небом» (г. Варьеган) – хантыйское стойбище, продолжающее жить по традиционному укладу. Также здесь представлены памятники истории и культуры: «Озеро Арантур»; природно-археологический центр «Барсова гора»; «Урочище «Зимние Совкунины»; «Соровские озера». На территории автономного округа действует 39 музеев, в том числе 5 государственных и 34 муниципальных.

Функционирующий в г. Ханты-Мансийске окружной музейный комплекс «Государственный музей Природы и Человека», акцентирует внимание посетителей на постоянно действующей экспозиции «Связь времен». Она позволяет объединить три времени – пространства: природное, хронологическое время и мифологическое. Археологический музей, расположенный вблизи города Нягань «Древний Эмдер», посвящен Эмдерскому княжеству на р. Ендырь (XII-XVI вв.). Музей геологии, нефти и газа (г. Ханты-Мансийск) знакомит с историей становления геологии в районе. Березовский краеведческий музей в пос. Березове расположен в месте ссылок опальных государственных деятелей князя Меншикова, князя Дмитрий Ромодановского, князей Долгоруковых и др.

В округе проводятся ставшие традиционными фестивали, посвященные традициям народов ханты и манси, среди них: телевизионные фестивали «Золотой бубен», «Спасти и сохранить», кинофестиваль «Дух огня», театральные фестивали «Чайка», музыкальный фестиваль «Югра». Данные мероприятия пользуются популярностью, как среди туристов, так и среди местного населения. Всего, по данным администрации ХМАО-Югры, за три года на вовлечение коренных народов в туристскую деятельность, а также формирование туристского продукта этнографической направленности из окружного бюджета будет выделено почти 73 млн. рублей. Из них 12 млн. уже в этом году были направлены в виде прямой поддержки на практическую реализацию перспективных проектов, связанных, прежде всего, с развитием этностойбищ и уникальных этномаршрутов.

Куда можно отправиться туристам.

1) Национальная Родовая Община КМНС «Турупья»

НРО КМНС «Турупья» предлагает спортивно-рыболовный и охотничий туризм в летний и зимний период времени.

В 2013 году на угодьях общины в урочище Турупья, вблизи озера Турупья, обустроен промышленный стан и ведется прием туристов.

На стойбище знакомят с культурой и бытом коренных малочисленных народов Севера.

Сроки: круглогодично

Стоимость услуг: 5 000 руб. (чел/сут.)

В стоимость входит:

- предоставление снегохода/ лодки с подвесным мотором
- аренда домика

- услуги проводника
- трансферт до места охоты/рыбалки с промышленного стана и обратно.

## 2) Национальная Родовая Община КМНС «Рахтынья»

НРО КМНС «Рахтынья» реализует этнографические туры, знакомит гостей с культурой и бытом коренных малочисленных народов Севера, тем самым приобщая современного человека к истокам древней культуры. Община владеет охотничьими угодьями и рыбопромысловыми участками, что предоставляет возможность организовывать рыболовный и охотничий туризм.

## 3) ООО «НП Элаль»

Познакомиться с культурой и бытом народов Югры, можно побывав в туристическо-этнографическом комплексе «Сорни Сэй» (в переводе с мансийского – Золотой песок), расположенного в 3-х км. от п.г.т. Березово. Хвойный лес, чистый воздух, богатые рыбой воды притока р. Северная Сосьва, условия проживания и быта максимально приближены к естественным – все это оставляет поистине незабываемые впечатления для самого требовательного туриста. ООО НП «Элаль» также знакомит туристов и жителей района с культурой народов Севера.

ООО «НП Элаль» предлагает:

- организацию и проведение различного уровня мероприятий, как окружного, так и районного значения;

- организацию и проведение новогодних и праздничных программ;
- туры выходного дня;
- семейный отдых;
- юбилеи, торжества, свадьбы;
- детский этнографический палаточный лагерь (в каникулярный период);
- пошив чумов для различных мероприятий, оленеводов и рыбоков-охотников;
- изготовление сувенирной продукции;
- пошив национальной традиционной и сценической одежды;
- проведение семинаров и мастер классов по декоративно прикладному искусству КМНС.

Среди прочего, развитие этнографического туризма имеет ряд преимуществ, позволяющих:

- туристу получать возможность знакомства с материальной культурой коренных жителей, участия в традиционных праздниках, обрядах и ритуалах, а также приобретения предметов традиционного быта в качестве сувенира, ощутив уникальность жизни данного народа;

- укрепить толерантные отношения между представителями разных этносов, посредством знакомства родственников с культурой народов через приобретенные изделия, делиться впечатлениями об особенностях культуры этносов посещенного региона;

- создавать новые рабочие места для населения по месту их проживания;
- положительно двигаться в социально-экономическом развитии региона;
- увеличить интерес, как к своей истории, так и к истории других народов;
- сохранить материальное и нематериальное наследие коренного народа;
- сформировать туристский этнопродукт с учетом охраны культурного наследия по местам

проживания малых коренных народов;

- развивать не только внутренний, но и международный туризм.

Согласно известному афоризму «Новое – это хорошо забытое старое», возвращаясь к истокам нашей истории, мы можем сформировать новое направление в туризме, которое как нам кажется не останется невостребованным. Кроме того, благодаря развитию данного вида туризма, предоставляется возможность превратить деятельность по сохранению исторического и культурного наследия региона в стабильный бизнес для малого предпринимательства, а также обеспечить экономическое и социальное благополучие малых коренных народов.

*Д.Ю. Ивачёва, студент*  
*А.А. Никифорова, канд. культурологии, ст. преподаватель*  
*г. Нижневартовск, Нижневартовский государственный университет*

## **ОСОБЕННОСТИ СИБИРСКОЙ КУХНИ В АСПЕКТЕ ГАСТРОНОМИЧЕСКОГО ТУРИЗМА**

Кухня разных народов становится одним из главных критериев при выборе места отдыха. Обычно, гастрономия не используется туроператорами и турагентами, чтобы привлечь и удержать туристов в определённой местности. Но в последние годы передовые турфирмы всё больше дифференцируют предложения, чтобы обеспечить отдых для любителей хорошо покушать и познакомиться с особенностями кухни разных народов.

Если говорить об истории гастрономического туризма, то кухню начинают включать в туристические маршруты примерно в начале этого века. При этом, под туристическим маршрутом начинают подразумевать ландшафт, традиции, культуру и историю, куда входит и гастрономия, как отдельный вид туризма.

Гастрономический туризм – один из видов путешествия, когда туристы, гости и посетители, планирующие познакомиться с кухней определённой местности или осуществить мероприятия, связанные с гастрономией, посещают определённые дестинации.

Иначе говоря, гастрономический туризм – поездка с целью ознакомления особенностями национальной кухни страны, приготовления продуктов и блюд, а так же обучения и повышения уровня профессиональных знаний. Целью гастрономического туризма считается просвещение и вдохновение любителей разных блюд и напитков, предоставление путешественникам возможности изучать те или иные территории и узнать о местных направлениях питания, способах приготовления и истории продуктов, традиционных блюдах и напитках.

Кулинарные туры, в общем-то, могут включать в себя широкий круг мероприятий, которые связаны с приготовлением пищи, отбором проб пищевых продуктов и изучением пищевых тенденций.

Превращение пищевых продуктов в туристический ресурс предполагает работу по восстановлению и поддержанию гастрономического наследия, которое во многих случаях находится под угрозой исчезновения. Поэтому, гастрономия является обеспечением неоспоримой туристической ценности для любого направления, поскольку она затрагивает очень важные аспекты, такие как экономика и культура в целом. Отсюда мы видим связь гастрономии с широким спектром секторов бизнеса, который имеет отношение к туризму.

Говоря о влиянии гастрономического бренда на формирование бренда туристского региона, то можно отметить, что привлекательные кулинарные образы связаны с довольно приятными ощущениями, которые зачастую становятся причиной возвращения в определённый регион снова и снова. Национальная кухня является одним из способов знакомства с местной культурой, отражает характер и менталитет местных жителей.

Люди ищут в путешествиях опыт, который основывается на региональных особенностях и культуре. Достаточно интересной с точки зрения гастрономического туризма является сибирская кухня. В результате многовековой эволюции сформировались традиционные приемы обработки продуктов и рецептуры блюд. Они не случайны, не произвольны, а сложились под влиянием природных и экономических факторов. Сибирский стол не может существовать без мяса. Современное приготовление блюд из мяса в сибирской кухне имеет свои особенности. Говядину, телятину, свинину традиционно подают в вареном и тушеном виде (раньше их готовили в русской печи, где жаренье – процесс гораздо более сложный). Мясо либо сразу тушат с овощами, в том числе и картофелем, грибами, крупами и ягодами, либо гарнируют этими продуктами во время подачи к столу.

Сибирская кухня настолько богата и многообразна, что повлияла на русскую кухню в целом. Северный регион считается частью РФ, однако он является многонациональной территорией, так как проживают здесь не только русские, но и монгольские, тунгусо-маньчжурские, фино-угорские и прочие народности. Именно их кулинария оказала большое влияние на блюда сибирской кухни. Во все времена основным продуктом в этой кухне считалась говядина. В пищу употребляли вареное, жареное, тушеное и даже свежее мясо коров. Тогда, да и сейчас, северные народы готовят такие блюда, как супы с мясом, холодец из языков, жаркое из мяса и прочие подобные деликатесы. Также на большей территории севера распространена рыба. Сибиряки всегда солили, жарили и вялили горбушу, кету и прочие виды морской рыбы в безмерных количествах.

Стремительное развитие в 70-х годах XIX века строительства железных дорог в России приблизило далёкие окраины к центру, что привело к «открытию» многих региональных старинных русских блюд, которые быстро были признаны общенациональными. Такими были уральские и сибирские пельмени, горбуша «с Дальнего Востока» и красная икра кеты.

Основными продуктами, составлявшими питание сибиряков, были те, что производились в домашнем хозяйстве. Молоко, мясо, овощи, яйца, продукты, сделанные из злаковых культур, составляли его большую часть. Пища употреблялась в соответствии с необходимостью соблюдения постов. Ежегодно соблюдалось по 4 поста, длившихся 130 дней. Все среды и пятницы были постными днями, за исключением праздничных, когда было разрешено употреблять в пищу мясную и молочную продукцию. Главное место на столе жителей Сибири занимал хлеб, по потреблению которого на душу населения наша страна всегда занимала первое место в мире.

Колоссальное значение в истории кухни Сибири сохраняли и первые жидкие блюда – супы. Ассортимент супов очень разнообразен — щи, похлебки, уха, рассольник, солянка, окрошка. Он продолжал пополняться с XVIII по XX век. Так же, благодаря любви сибиряков к горячим жидким бульонам, хорошо прижились различные виды западноевропейских супов вроде бульонов, супов-пюре, так называемых заправочных супов с мясом и крупами.

Сибиряки-старожилы, которые держали много скота, особое значение придавали мясу. Обычно его варили. Излюбленным блюдом сибиряков были пельмени. Считалось, что самые вкусные — «смесь из трех мяс», то есть фарш должен был быть сделан из говядины, свинины и баранины. Употребляли в пищу и лосятину, так как большинство сибиряков охотились на лосей. На ужин часто тушили в печи баранину, зажаривали молочных поросят. Из голов, ножек, коленей делали холодец (иначе говоря студень). На зиму старожилы заготавливали колбасы из говядины, а затем учли опыт приехавших переселенцев из европейской России и начали делать их из свинины. Одной из разновидностей мясных заготовок были окорока, которые солили и вялили.

Особое развитие получили пироги – изделия в оболочке из теста с самыми разными видами начинки: из рыбы, мяса, домашней птицы и дичи, грибов, творога, овощей, ягод, фруктов, из различного зерна в сочетании с рыбой, мясом и грибами.

В бесчисленных видах в кухне сибиряков всегда употреблялась рыба: паровая или подпарная, вареная, тельная, то есть изготовленная особым образом только из филе, без костей, но с кожей, жареная, чиненая (наполненная начинкой из каши, лука или грибов), тушеная, заливная, печеная в чешуе, запеченная на сковороде в сметане, солёная, вяленая, сушеная на ветру и солнце (вобла) и сушеная в печи (сушик). В Западной Сибири ели мороженую сырую рыбу (строганина). Не так широко была распространена в сибирской народной кухне до середины 19 века копченая рыба, которая в последнее время, наоборот, широко используется в трех видах: холодного и горячего копчения и копчено-вяленая.

Сибирская кухня имеет много нюансов, одним из таких являются времена года. Ведь сезон охоты или ловли определенной рыбы происходит в разное время. Еще одной отличительной чертой сибирской кухни можно считать практически полное отсутствие говядины, так как это мясо в северных районах считается деликатесом и редкостью. На замену говядине в виде повседневного мяса жители Сибири используют оленину.

Также, только в этом регионе России можно попробовать блюда с добавлением необычного и редкого продукта – папоротника орляка. Его готовят с добавлением лука и помидоров, так же используют как гарнир к мясу или же в виде салата с добавлением баклажана и огурца. Орляк обладает массой витаминов и полезных для здоровья веществ, что крайне необходимо жителям Сибири с её суровым климатом.

Еще очень вкусное блюдо, это рябчики, часто называемые «сидевшими на рябине». Рябчики питаются лишь замерзшей рябиной, поэтому мясо имеет чрезвычайно удивительный и ни на что непохожий вкус. Самыми распространенными блюдами являются строганина из рыбы Северного Енисея и блюда из оленины. Местные жители очень любят блюда из языков, ушей и свиных губ. В каждом доме на Новый год хозяйка умело приготовит студень (холодец) из голов и ножек.

Из овощей сибиряки выращивали тыкву, репу, морковь, свеклу, капусту, огурцы. Посадки картофеля были невелики, из него готовили сугубо ограниченное число блюд. Обычно, сибиряки жарили картофель, пекли draniki (котлеты из тертого сырого картофеля). Капусту, свеклу, морковь тушили с маслом или начиняли ими пироги. Огурцы солили на зиму, а летом свежие огурцы ели с мёдом. Такие блюда, как салаты, никогда не были частью сибирского стола, они появились в России уже в XIX веке как одно из заимствований с Запада.

Национальным сибирским лакомством с XVII века считались кедровые орехи и семечки (подсолнечные). Так же к этой категории можно отнести мед. Конфеты были редкостью, но порой по праздникам покупали леденцы.

Любимым и самым распространенным напитком был квас на солоде. Для чая заваривали травы, листья вишни, малины, смородины. Из киселей присутствовали мучные, молочные, а также ягодные на крахмале. Часто делали кисель из калины.

Распорядок в ежедневном приеме пищи не зависел от сезона. Но летом преобладали молочные продукты, а зимой мясные, так как с приходом холодов сибирякам необходим был витамин В. Взрослые обычно ели три раза в день, а дети — четыре.

В домашних условиях чай пили из самовара, причем возле хозяйки, разливавшей чай, стояла полоскательница для споласкивания чашек и стаканов, так как пили чай помногу, а остатки испитого чая на дне портили вкус новой порции. Любители пили чай «с полотенцем», вешая его на шею для утирания пота.

Разновидностей сортов этого напитка было много. Употреблялся чай цветочный, черный, байховый, зеленый, плиточный и кирпичный, все из листа одного и того же чайного куста; разница была в возрасте листьев и способах приготовления. Иногда чай ароматизировался цветами жасмина. Торговля велась по сортам, которых насчитывалось огромное количество. Чай был дорогим продуктом. В середине XIX в. хорошие сорта стоили от 2 руб. и выше за фунт. В начале XX века черный китайский чай стоил 57 руб., кирпичный — 43 руб. пуд (16,38 кг). Сорт Средний Лянсин продавался по 4 руб., Кокусин розанистый и Сиюфаюн затхлый по 5, Сребровидный аром. — 6 руб. фунт. Старообрядцы предпочитали чаи липовые, малинные, морковные. Так же в лечебных целях пили чай из бада-на — горного растения с сильными тонизирующими и вяжущими свойствами, которое также вывозилось из Китая или собиралось в Алтайских горах.

Способы приготовления чая были очень разнообразными. В Восточной части Сибири из чая не самого лучшего качества варили «затуран» с добавлением соли, молока, и муки, поджаренной в каком-либо масле. Чиновник, который ехал по казённым делам зимой вспоминал, как на одной из станций они согрелись кипучим кирпичным чаем на молоке с салом и солью. К питью этого чая можно пристраститься, если войти во вкус». На севере готовили «пережар» — это чай с мукой, обжаренной на рыбьем жире. На границе с Китаем покупали особого сорта чай — крупнолистный, с веточками, который назывался «шар». Иногда крепкий отвар этого чая пили с добавлением молока. Эти различные способы употребления чая отражали влияние коренных народов Сибири на русскую кухню.

Мед, как выше было сказано, — самое излюбленное лакомство сибиряков — они могли подавать также в конце обеда, как отдельное блюдо, в сотах или очищенным, и ели, макая в него хлеб или запивая водой, чаем, квасом. Мед добавляли ко многим постным кушаньям, таким как: каше, горошнице, киселю, смешивали с толченым конопляным семенем, свежими и мочеными ягодами, с ним варили варенье. Мед, который был собран с разнотравья, по своему качеству и аромату был одним из лучших и чаще всего под названием «алтайский» вывозился в европейскую часть страны и за границу.

Дома готовили также своеобразные конфеты — маковки и коноплянки. Делали их следующим образом: в крутой кипящий сироп опускали маковое или реже конопляное семя. Все это варилось на медленном огне, а затем выливалось на противень, который был смочен водой. Когда конфеты застывали, их разрезали на квадратики. К празднику готовили также и другие сладости: суфле, разные виды крема, вафли, снежки. Рецепт снежков был таким: в кипящее молоко опускали стертые с сахаром желтки, а потом взбитые в пену белки с сахаром.

Кроме чая так же пили и другие напитки — кисели, квас, мед («медовуха») и пиво. В частности, в отличие от крестьянских семей, где пиво варили свое из ячменя, ржи или пшеницы с использованием хмеля и дрожжей, горожане отдавали предпочтение заводскому и покупному пиву. В Сибири, на местном производстве вываривалось три сорта пива — русское, баварское и портер.

Квас готовили из ячменя или ржаного солода. С квасом ели третью редьку, им заливали пареные овощи, протертые ягоды, лук, студень. На юге весьма популярны были «меды ставленные», для приготовления которых мед разводили водой, заквашивали дрожжами и хмелем и давали выстояться до крепости. Для придания аромата воду, которой разводили мед, предварительно настаивали на различных ягодах (смородине, малине, вишне и других ягодах). В начале XX в. во многих городах Сибири появляются заводы искусственных минеральных и фруктовых вод. Их продукция пополнила и без того разнообразный ассортимент напитков.

С этими и многими другими блюдами сибиряков можно познакомиться, отправившись в путешествие, тем более, что спрос на гастрономические туры у туристов России стремительно растёт, так как потребители услуг ищут новые впечатления от отдыха. И именно гастротуры позволяют туристу



совместить приятное с полезным, совмещая в себе такие функции как дегустация национальных блюд, развлекательная, познавательная и даже образовательная.

На данный момент проводится разработка направлений и подбор услуг, предлагаемых в таких турах. В том случае, если во время формирования тура знакомство и изучение национальной кухни является главной целью путешествия, то этот факт непременно отразит внутренние предпочтения большинства будущих клиентов. Иными словами, знакомство с национальной кухней становится главным определяющим элементом пребывания в стране.

Кроме того гастрономический туризм порождает интерес к производству и потреблению экологически чистых продуктов питания. Безусловно, гастрономический туризм не может замыкаться только на национальной кухне. В любой стране можно встретить всем известные и престижные рестораны, которые представляют кухни других стран мира. Ещё один важный факт – гастрономический туризм даёт возможность вовлекать туристов в сам процесс кулинарии. Вниманию туристов часто предлагаются своеобразные мастер-классы с участием лучших поваров. Гастрономический туризм вполне может стать локомотивом развития российской экономики, а туры будут востребованы туристами.

#### Литература

1. Гончаров Ю.М. Семейный быт горожан и Сибири второй половины XIX – начала XX в.
2. Смаль И.В. География туризма и рекреация: Словарь-справочник. М.: Учебная книга, 2010. 208 с.
3. Сибирская кухня (блюда из мяса): Сборник рецептур. Канск: Канский педагогический колледж, 2009. – 120 с.

УДК 338.48

**С.О. Исаева, магистрант**

*Научный руководитель: Н.В. Пенкина, канд. филос. наук, доцент  
г. Нижневартовск, Нижневартовский государственный университет*

### **ФОРМИРОВАНИЕ ТУРИСТСКОГО ИМИДЖА ТЕРРИТОРИИ НА ПРИМЕРЕ ХАНТЫ-МАНСКИЙСКОГО АВТОНОМНОГО ОКРУГА – ЮГРЫ**

По сей день, в условиях высокой конкуренции регионов за ресурсы, самостоятельного поиска путей своего развития, возрастающей ответственности за благополучие местного населения, возникает вопрос о формировании и продвижении необходимого имиджа регионов, поиска такой стратегии развития, которая бы рентабельно отличала стиль одного региона от другого. Опыт показывает, что к регионам, в которых администрация уделяет должное внимание имиджу и обладает принципами его формирования, проявляют заинтересованность инвесторы, туристы, население.

Образ территории в современном мире становится значимым экономическим кластером и одним из важных факторов конкурентоспособности региона, города или страны. Имидж региона, его престиж в российских и зарубежных общественно-политических и деловых кругах приходится базой благополучного продвижения территории, увеличения аттрактивности территориальных турпродуктов и услуг как на внутреннем, так и на международном рынках. Популярное имя территории, поддержанное привлекательным образом, способствует стабильному социально-экономическому развитию и привлечению инвестиций в ее экономику [4, с. 1].

Актуальность обусловлена ролью, понятия которой играют важную роль в территориальном образовании туристского функционирования. Туристский имидж городов, регионов и стран во многом определяет их привлекательность, проявляет влияние на географию туристских потоков. Поэтому очень важно развивать туристский имидж территории и продвигать его среди населения – потенциальных туристов.

Целью выступает создание на базе экономико-географического анализа комплексного отображения об этапах формирования туристского образа территории на примере Ханты-Мансийского автономного округа.

В анализ включено изучение этапов научных предположений о географическом имидже; раскрытия аналогичности и разницы географических образов и туристского имиджа территорий; выявления особенности географического подхода к образованию туристского образа территории; выделение этапов развития туристского образа территории; определение факторов образования

туристского имиджа территории; анализ изменений туристского образа Ханты-Мансийского автономного округа и определение перспектив его развития.

Формирование благополучного и аттрактивного образа территории во многом зависит от политических, экономических и социальных факторов развития региона и страны в целом. Наличие стабильной политической ситуации в регионе благоприятно сказывается на развитии его образа. Межрегиональная конкуренция также обуславливает позиционирование региона и определяет степень его конкурентоспособности в масштабах страны, а это, в свою очередь, помогает образованию позитивного имиджа региона. Экономическая устойчивость и независимость региона от федеральных дотаций также благоприятно влияет на его образ. Устойчивое развитие экономики региона определяет его аттрактивность не только на уровне государства, но и в международном масштабе. Социальное положение в регионе во многом отражает уровень и качество жизни населения. Также следует отметить, что население региона являются прямыми носителями информации о регионе, тем самым создавая его конкретный имидж, поэтому стабильно развитие социальной сферы благоприятно сказывается на рейтинге региона и создает ему положительный образ.

Создание образа Ханты-Мансийского автономного округа и представление его как туристического сектора оказываются необходимыми элементами формирующегося имиджа, поэтому были проведены PEST-анализ, SWOT-анализ и оценка ключевых факторов региона.

PEST– анализ ХМАО – Югры

В таблице 1. представлен PEST – Анализ – инструмент, направленный на выявление политических (Policy), экономических (Economy), социальных (Society) и технологических (Technology) факторов внешней среды, которые могут воздействовать на стратегию компании.

Таблица 1

**PEST – Анализ – инструмент**

<b>Политические факторы</b> Политическая стабильность региона; Поддержка развития туризма на уровне государства; Наличие сильного влиятельного лидера; Убедительная национальная политика; Продвижение на международный рынок; Контроль развития туризма в регионе.	<b>Экономические факторы</b> Активность производственного сектора экономики; Появилась тенденция к возрастанию среднегодового дохода; Рост туристского потока на 10%
<b>Социальные факторы</b> Повышение численности населения ХМАО на 6,9% за счет иммиграции и также за счет роста рождаемости местного населения; Увеличение образовательного уровня населения; Подготовленность специалистов в области туризма; Средняя продолжительность жизни 77 лет; Понижение смертности населения.	<b>Технологические факторы</b> Разработка новых туристических продуктов; Прогресс информационных технологий, использование WEB- сайтов; Высокий уровень транспортной инфраструктуры (развитие авиатранспорта, железнодорожного, речного, автомобильного).

Анализируя таблицу 1, можно сделать вывод, что Югра – благополучно развивающийся регион, который постепенно может завладеть одним из первых мест по развитию туризма в стране.

SWOT-анализ Ханты-Мансийского автономного округа – Югры

В таблице 2 представлен SWOT-анализ, который определяет причины эффективной или неэффективной работы объекта исследования на рынке.

Таблица 2

**SWOT-анализ**

<b>Сильные стороны</b> Популярность, положительный образ региона; Высокий уровень качества товаров и услуг; Перспективная туристская инфраструктура; Обеспечение и поддержание памятников культуры и истории; Стабильное положение на туристском рынке; Широкий спектр предоставляемых дополнительных услуг.	<b>Слабые стороны</b> Недостаток финансовых и иных ресурсов; Недостаточный опыт персонала; Количество занятого в туризме населения невысоко; Низкий уровень развития водного транспорта круизного назначения.
<b>Возможности</b> Существование традиционных национальных промыслов и ремёсел, природной ресурсной базы (сырья); Наращивание материальной основы организаций туризма; Повышение платёжеспособного спроса населения;	<b>Угрозы</b> Экологическое загрязнение окружающей среды; Отсутствие мотивации к восстановлению традиционных народных промыслов обедняет социально-экономические перспективы;

Образование социокультурной площади совместно с общественными организациями и творческими коллективами; Условия позволяющие развивать зимние виды спорта (хоккей, лыжные гонки).	Мировой кризис; Повышение тарифов на электроэнергию и транспортные перевозки (прежде всего ж/д); Существование соседних регионов со схожим ландшафтом, климатическими условиями и т.п.
---	--

Проанализировав таблицу 2, можно сделать вывод, что Ханты-Мансийский автономный округ обладает преимуществом на туристическом рынке, следовательно, занимает далеко не последнее место в экономике региона. Минусы могут повлиять на развитие региона в целом.

Таблица 3

**Оценка ключевых факторов конкурентоспособности Ханты-Мансийского автономного округа – Югры**

PESTE-факторы	Что даёт возможность?	Что даёт угрозу?
1. Политические и правовые факторы	- прочное политическое состояние в стране;	- несовершенство государственной политики в области инвестирования;
	- государственное регулирование туристской активности;	- визовые режимы между странами;
	- образование конкурентоспособного туристского комплекса, обеспечивающего удовлетворение потребностей отечественных и зарубежных туристов в разнообразных и качественных услугах, развитие смежных отраслей экономики.	- неэффективное применение исполнения настоящего законодательства.
2. Экономические факторы	- повышение экономического роста.	- снижение покупательской способности;
		- возрастание тарифов на транспортные услуги;
		- недостаток в налогообложении;
		- неблагоприятный деловые условия.
3. Социальные факторы	- увеличение склонности населения к организованным сбережениям;	- возрастание суммарного долга по заработной плате;
	- анализ и использование зарубежного опыта, и применение действенных способов управления человеческими ресурсами.	- социальная уязвимость местного населения;
4. Технологические и технические факторы	- внедрение программ информатизации и развития экономической деятельности на базе интернет технологий и иных современных информационных технологий, системы электронной коммерции.	- недостаток благополучных экономических требований, разрешающий гражданам обеспечивать высокий уровень социального потребления;
		- возможность применения конкурентами современных технологий, разрешающих получить более выгодное положение по ассортименту туристских услуг и уровню затрат.

Изучив таблицу 3, можно сделать вывод, что на конкурентоспособность ХМАО влияют как положительные, так и отрицательные факторы. Влияние большинства неблагоприятных факторов можно свести к минимуму или нейтрализовать при определённой работе, как со стороны властных структур, так и со стороны местного сообщества региона. Самый важный фактор конкурентоспособности ХМАО – присутствие памятников культуры и истории, а также перспективный действующий туристско-рекреационный комплекс.

Ханты-Мансийский автономный округ владеет положительным опытом в части совершенствования услуг туристской индустрии и коммуникационной политики. Начиная с 2001 года, администрацией округа ведётся постоянная политика по рекламе и продвижению туристского продукта Югры. В границах этой политики проходит туристская выставка «Югратур», в которой принимают участие туристские организации округа и регионов России, транспортные организации, организации гостиничного и ресторанного бизнеса, природные парки и учреждения культуры. В регионе неизменно проводятся действия, стимулирующие привлечение туристов: международные спортивные соревнования, кино- и телефестивали, музыкальный фестивали, выставки различной тематики, инвестиционные форумы, конгрессы, конференции.

Следовательно, образ региона выступает важным фактором усиления его конкурентоспособности, в образовании которой задействованы интересы не только органов государственной власти, но и всех субъектов экономики.

Невзирая на то, что маркетинг региона является малоизученным экономическим механизмом, частичные его компоненты нашли отображение в теории управления. В последнее время разные государства и отдельные регионы пытаются применять потенциал маркетинга в целях возрастания туристской и финансовой привлекательности регионов. Первоначально, это принадлежит направлению,

связанному с вовлечением инвесторов и потребителей регионального турпродукта на базе образования положительного имиджа региона.

Положительный образ региона в современной ситуации выступает необходимым экономическим ресурсом и одним из важных факторов конкурентоспособности региона, города или страны. Образ территории, ее престиж в российских и зарубежных общественно-политических и деловых сферах представляется базой положительного развития территории, поднятия привлекательности территориальных турпродуктов и услуг как на внутреннем, так и на внешнем рынках. Известное имя территории, поддержанное аттрактивным образом, способствует успешному социально-экономическому развитию и привлечению инвестиций в ее экономику [6, с. 5].

Прогнозируемые результаты и их практическая значимость состоят в потенциале использования основных положений и выводов в качестве теоретической основы при разработке стратегии развития территории как туристского направления. Их внедрение в практику обеспечит рост конкурентоспособности территориальных туристских комплексов на национальном и мировом рынках путешествий, позволит повысить эффективность управленческих решений в области туризма, будет способствовать освоению новых территорий и активизации процессов туристского районообразования.

#### Литература

1. Гайдукевич Л.М., Хомич С.А., Аношко Я.И. и др. География международного туризма: Страны СНГ и Балтии. Мн.: Аверсэв, 2004. 252 с.
2. География туризма / под ред. А.Ю. Александровой. М.: КНОРУС, 2008. 592 с.
3. Горохов А.Ф. Методические положения по формированию бренда туристической дестинации // Проблемы современной экономики. № 3(19).
4. Лапочкина В.В. Формирование имиджа туристских территорий (на примере Смоленской области): дис. ... канд. экон. наук. 2008. С. 1–2.
5. Мусиева П.А. Особенность маркетинговых коммуникаций в сфере услуг // Вопросы структуризации экономики. 2011. № 1. 2011 С. 181–184.
6. Удачина Е. Формирование имиджа туристских территорий // Маркетинг туристских территорий. 2010. С. 20–21.
7. Туризм в Югре: офиц. сайт. Ханты-Мансийск, 2010. URL: <http://www.tourism.admhmao.ru/> (дата обращения: 17.03.2017).
8. Экологический портал Югры: сайт. Ханты-Мансийск, 2011. URL: <http://ecougra.ru/> (дата обращения: 15.03.2017).

УДК 008

*А.А. Лемзякова, студент*

*Научный руководитель: О.В. Реш, канд. культурологии, доцент  
г. Белгород, Белгородский государственный институт искусств и культуры*

### **ФОТОКВЕСТ КАК СПОСОБ ПОПУЛЯРИЗАЦИИ КУЛЬТУРНО-ИСТОРИЧЕСКОГО НАСЛЕДИЯ (НА ПРИМЕРЕ ГОРОДА БЕЛГОРОДА)**

В свое время А. Твардовский писал: «У большинства людей чувство родины в обширном смысле – родной страны, отчизны – дополняется еще чувством родины малой, первоначальной, родины в смысле родных мест, отчих краев, района, города или деревушки. Эта малая родина со своим особым обликом, со своей пусть самой – скромной и непритязательной, – красотой предстает человеку в детстве, в пору памятных на всю жизнь впечатлений ребяческой души, и с нею, этой отдельной и личной родиной, он приходит с годами к той большой Родине, что обнимает все малые – и в великом целом своем – для всех одна» [4].

Белгородская область ни в чем не уступает другим российским регионам: она имеет не только богатую историю и привлекательные для туристов природные ресурсы, но и достаточную информационную базу для создания и реализации подобных проектов. Так, в 2015 году на IV Международной молодежной школе проектного управления «Пегас-2015» был представлен проект по организации и реализации квест-экскурсии «Открой для себя Белгород» (автор А. Лемзякова), который был успешно реализован осенью этого же года на городском фестивале Туризма [2, с. 34].

В рамках программы «Развитие культуры и искусства Белгородской области на 2014–2020 годы» [3] для ознакомления учеников среднего школьного возраста со знаменитыми деятелями города Белгорода в начале октября 2016 года совместно с ОГБУ «Центр Молодежных Инициатив» был ор-

ганизован исторический фотоквест, инициатором которого выступил активист БРООО «Вместе» А. Лемзякова.

Информация о проведении данного мероприятия была активно представлена в популярных среди населения области социальных сетях в виде Вконтакте и Facebook. В том числе, подробная информация о фотоквесте, его задачах и целях была изложена на молодежном портале Молодчины.РФ, которые занимаются освещением различных событий в молодежной сфере.

Если говорить о том, что представляет из себя фотоквест и чем он отличается от обычного квеста, стоит обратить внимание на такие особенности как акцентирование внимания участников на визуальное и художественное восприятие объектов и окружающего мира в целом. В процессе данного формата игры можно преподнести различную по своему характеру и содержанию информацию в зависимости от целей, поставленных организаторами, связав ассоциативный ряд с визуальными объектами.

В случае с фотоквестом «Известные людей Белгородской области» основополагающими элементами стали интересные факты и исторические ссылки на биографии и события, связанные с загаданным объектом. Во время непосредственного участия команды познакомились не только с историей города в лице конкретных персоналий, но и с памятниками изобразительного искусства и архитектуры различных ее периодов (объекты градостроительства и скульптурные композиции были напрямую или косвенно связаны с загаданной персоналией).

Главная цель фотоквеста заключалась в расшифровке предоставленной информации с последующим выполнением задания, а именно – фотоснимком, – за кратчайший промежуток времени. Другим аспектом является повышение конкурентоспособности и сплочение команды в процессе игры, что позволяют сделать начисленные баллы в соответствии со шкалой критериев за выполненные фотоснимки и быстроту прохождения самого маршрута. Организаторы преследовали две основные задачи:

1. повышение уровня знаний о знаменитых личностях, внесших значительный вклад в процветание города Белгорода и области;
2. развитие творческого потенциала молодежи, который наглядно отразился в присылаемых фотографиях, которые позже были оценены жюри по определенным критериям.

В связи с тем, что временем проведения мероприятия была осенняя пора, фотоквест представлен в виде игры удаленного доступа: вся работа с командами велась через прямое регламентированное общение с кураторами в социальной сети Вконтакте. Это позволило не только расширить коммуникативный круг участников в виртуальной среде, но также ускорить процесс передвижения между точками фотоквеста, что является одним из преимуществ при варианте дождливой погоды.

Максимальное количество участников, на которое был рассчитан маршрут, составил лимит в виде 9 команд, в составе которых было от трех до пяти человек. Сложность шифровки заданий и расстояние между объектами было обусловлено возрастной категорией участников, то есть потенциальными способностями учеников средней школы.

Маршрут фотоквеста включил в себя 13 точек, которые были расположены в историческом центре города, который по сей день является центром Белгорода: стартовой точкой являлась Музейная площадь, а заключительной и общей для всех – здание ОГБУ «Центр Молодежных Инициатив». Маршрутные листы были составлены так, что предпоследние точки были равноценно удалены от автобусных остановок для честной конкурентной игры. Одними из основных «артерий» для участников стали улица Преображенская, улица Попова, Гражданский и Театральный проспекты и другие. Максимальное количество времени, на которое был рассчитан квест, занимает 5 часов.

Изначально каждая команда связывается с прикрепленным к ним куратором через социальную сеть Вконтакте, подтверждая статус своего участия в виде высланного фото, на котором показано их стартовое местоположение на начало игры. После подтверждения высланной информации, одновременно всем командам высылается зашифрованное задание в соответствии с их маршрутным листом.

Команда высылает ответ на шифровку, дожидаясь результата: если ответ положительный, участники выдвигаются на точку; если участники не смогли дать правильного ответа в течении 10 минут, то им высылается адрес местонахождения объекта (тогда этот рубеж засчитывается по нулям баллов). Если же в течение определенного времени (более 15 минут) команда не высылает фото-подтверждение, то куратор связывается с их капитаном, узнавая информацию об их местонахождении: в случае, если участники верно ответили на задание, но просто не смогли сориентироваться, то им засчитывается ровно половина максимального количества баллов за эту отметку.

Выполняемые действия по прибытии на точку командой почти идентичны:

- 1 – отправка фотоподтверждения в виде селфи, что команда находится на месте;

- 2 – куратор в подтверждение данных высылает участникам новое задание, которое поможет сориентироваться о местонахождении следующего объекта;
- 3 – расшифровка задания и отправка варианта ответа куратору;
- 4 – подтверждение информации о местонахождении точки;
- n – идентичные в последовательности действия пунктам 1–4.

Площадкой фотоквеста является сам город, а именно объекты градостроительства и скульптурные композиции, которые напрямую или косвенно связаны с загаданной персоналией. Все объекты, которые были использованы для игровой базы заданий, можно разделить по следующим блокам:

- 1 – памятники:
  - 1.1 – скульптура в полный рост (2 объекта);
  - 1.2 – бюсты (3 объекта);
  - 1.3 – мемориальная табличка (1 объект);
- 2 – архитектурные сооружения:
  - 2.1 – светского назначения (4 объекта);
  - 2.2 – купеческий дом (3 объекта).

Если говорить о персоналиях, которые были использованы для составления шифровок, то время их жизни приходится на разные хронологические рамки, в том числе их можно разделить по сферам деятельности, в которых они достигли своего успеха:

- 1 – служба в церкви;
- 2 – искусство;
- 3 – коммерция;
- 4 – просветительская деятельность;
- 5 – благотворительность;
- 6 – военная стезя;
- 7 – политическая деятельность.

Основными критериями оценки фотографий было выделено 4 пункта: во-первых, изображение должно было соответствовать тематике творческого задания; во-вторых, рассматривался креативный подход к решению поставленной задачи; в-третьих, анализировался художественный и эстетический уровень содержания работы; в-четвертых, наличие всех участников команды, либо по принципу формулы «n – 1». Минимальное количество баллов, которое можно было получить за фотографию – 2 балла, максимальное – 8 баллов. Также дополнительные баллы начислялись за скорость решения высланных заданий, которые варьировались от 1 до 5 баллов. Максимальное количество баллов за одну точку равнялось 13 баллам, минимальное – 3.

По итогам проведенного мероприятия был сделан вывод: мероприятия, которые включают в себя информацию по истории своего родного края, оказывают значительное влияние на формирование патриотических настроений среди молодежи. Не случайно важное место среди заданий квестов отводится именно историческим персоналиям и их биографиям, которые знакомят участника с прошлым укладом и принципом жизни города, иллюстрируя такие понятия как патриотизм, любовь и уважение к малой Родине. В Конституции Российской Федерации (ст. 44, п. 3) сказано, что «каждый обязан заботиться о сохранении исторического и культурного наследия, беречь памятники истории и культуры» [1, с. 28], – ведь и правда, наше культурно-историческое наследие представляет собой один из ценностных фундаментов, который выдержал испытание временем.

#### Литература

1. Конституция Российской Федерации. Белгород: КОНСТАНТА, 2013. 112 с.
2. Лемзякова, А.А. История города сквозь призму игры: квест-экскурсия «Открой для себя Белгород» // Культура российской провинции: история и современность: сборник статей по материалам научной конференции (Курск, 14–15 апреля 2016). Курск, 2016. С. 32–36.
3. Об утверждении государственной программы Белгородской области «Развитие культуры и искусства Белгородской области на 2014–2020 годы» (с изменением на 26.12.2016). URL: <http://docs.cntd.ru/document/469027816>
4. Твардовский, А.Т. О родине большой и малой. URL: [http://www.nasledie-smolensk.ru/pkns/index.php?id=544&Itemid=112&option=com\\_content&task=view](http://www.nasledie-smolensk.ru/pkns/index.php?id=544&Itemid=112&option=com_content&task=view)

## ЭТНОГРАФИЧЕСКИЙ ТУРИЗМ КАК ПЕРСПЕКТИВНОЕ НАПРАВЛЕНИЕ РЫНКА ТУРИСТСКИХ УСЛУГ В ХАНТЫ-МАНСИЙСКОМ АВТОНОМНОМ ОКРУГЕ – ЮГРЕ

Этнографический туризм во всем мире является одним из наиболее перспективных и развивающихся направлений рынка туристических услуг. Это вызвано способностью данного вида туризма удовлетворять культурные потребности людей посредством приобщения к традициям различных народов. Популярность этнографических туров обусловлена сокращением этнографического разнообразия в мире, коренных малочисленных народов, являющихся носителями уникальных культур и систем хозяйствования регионов.

В современном мире, когда большинство людей живут в многонациональных мегаполисах, в которых не поддерживаются или мало поддерживаются национальные традиции и обычаи, особую актуальность и популярность приобретает этнографический туризм. Городские жители могут прикоснуться к истокам собственной национальной культуры, познакомиться с особенностями других культур, с их обычаями, традициями и верованиями. Особую роль играет этнографический туризм для «переселенцев» эмигрантов. Он дает возможность обретения состояния душевного равновесия и чувства гармонии путем сохранения культурной памяти при посещении исторической родины своих предков. Знакомство с другими культурами помогает создать целостное представление о многогранности человеческого общества и осознать свою собственную индивидуальность в единстве общности.

Свое название этнографический туризм получил от греческого слова «этнос», что в переводе означает племя, народность, нация. Данный вид туризма основан на знакомстве с культурой определенной этнической группы населения: её жизнью, языком, традициями, ритуалами, праздниками, обрядами. Приоритетное значение этот вид туризма имеет для регионов, где проживают представители самых разных этнических групп. На наш взгляд, особенность этнографического туризма заключается в разнице интересов и потребностей туристов.

Целями этнографического туризма, на наш взгляд, являются:

- знакомство с бытом, культурой, традициями и обычаями этнических общин, групп;
- посещение музеев народного быта: особый интерес вызывают этнографические музеи под открытым небом, в которых содержатся образцы традиционной архитектуры, предметы быта и проводятся национальные праздники;
- осуществление межкультурных коммуникаций между представителями различных этносов.

В настоящее время на мировом туристском рынке специалисты туристической индустрии отмечают положительную динамику роста заинтересованности туристов в участии в этнографических турах. Объем туристских услуг, оказанных населению в Ханты-Мансийском автономном округе за 2015 год составил порядка 1767,4 млн.рублей. Этот показатель по сравнению с 2009 годом вырос на 67% [4].

Результаты показывают, что 88% из числа опрошенных граждан с большим удовольствием воспользовались бы услугами туристических агентств, которые предоставляют непосредственно туры с целью изучения культурного и исторического наследия малых народов и народностей, уходящих корнями в древние века. Среди опрошенных большинство респондентов заявили, что информационных (в первую очередь этнографических путеводителей) и рекламных материалов об этнотурах явно недостаточно [3].

Что же касается анализа предложений этнотуров на территории России, то стоит рассмотреть существующие варианты этнотуров в разных регионах России, которые будут иметь различную ценовую категорию и продолжительность тура. Для удобства стоит все данные систематизировать в таблицу этнотуров по России (табл. 1).

Таблица 1

Этнотуры по России

Регион, местоположение	Название этнотура	Кол-во дней	Стоимость на 1 человека
Ленинградская область, Винницкое сельское поселение	«Неизвестное рядом»	5	От 30 000 рублей

Юг России, Краснодарский край, поселок Тамань	«Кубань в миниатюре»	7	От 25 000 рублей
Республика Кабардино-Балкария	«Песни гор»	8	От 24 000 рублей
Красноярский край	«Путешествие на плато Путорана»	9	От 90 500 рублей
Западная Сибирь, Ханты-Мансийский АО	«Народ манси приглашает гостей!»	7	От 35 900 рублей
Республика Алтай	«Горный Алтай»	7	От 29 900 рублей
Дальний Восток, Камчатский край	«Камчатка поздним летом»	17	От 250 000 рублей
Республика Саха(Якутия)	«Полярный экспресс»	8	От 87 000 рублей

Проанализировав ситуацию по предложениям этнотуров в городе Нижневартовске (табл. 2) приходим к выводу, что единственное турпредприятие предоставляет туристские услуги по этнотурам – ТТК «Спутник».

Таблица 2

**Турпредприятия г. Нижневартовска**

№	Фирма	Наличие этнотуров
1	Туристическое агентство «Котрес»	нет
2	Агентство путешествий «Пальма»	нет
3	ООО «РусТур-Юнион»	нет
4	«ТРАНСАВИА ТУР»	нет
5	Туристско-транспортная компания «Конст Трэвэл»	нет
6	Туристическое агентство «Анекс Тур»	нет
7	Туристско-транспортная компания «Спутник»	есть
8	Туристическое агентство «CORAL TRAVEL»	нет
9	«ЮТэйр»	нет
10	Туристическое агентство «Росс-Тур»	нет
11	Туристическое агентство «Банк Горящих Туров»	нет
12	Туристическое агентство «Пегас туристик»	нет
13	Туристическое агентство «Счастливый случай»	нет
14	Туристическая фирма «Море готовых предложений»	нет
15	Многопрофильная компания «Эльфа»	нет
16	Туристическое агентство «Азбука путешествий»	нет
17	Туристическое агентство «География»	нет
18	Туристическое агентство «Три желания»	нет
19	Туристическое агентство «Мой горящий тур»	нет
20	Туристическое агентство «Вокруг Света»	нет
21	Туристическое агентство «Слетать.ру»	нет
22	Туристическое агентство «Атлас мира»	нет
23	Агентство туризма и визовой поддержки	нет
24	Агентство путешествий «Крокодил»	нет
25	Туристическое агентство «VITA TRAVEL»	нет
26	Координационный центр социальных проектов	нет
27	Туристическое агентство «КОРАЛ ТРЕВЕЛ»	нет
28	Туристическое агентство «ВЕЛЛ»	нет
29	агентство пляжного отдыха	нет
30	Туристическое агентство «Альянс Туры.ру»	нет
31	«NiceTour»	нет
32	Туристическое агентство «Вояж-Тур»	нет
33	Туристическая фирма «А-Элита»	нет
34	Центр туризма «Меридиан»	нет
35	Туристическое агентство «Альянс-Сервис»	нет
36	Туристическое агентство «Вояж-сервис»	нет
37	Туристическое агентство «Открытый Мир»	нет
38	«Skyland» оператор индивидуального и делового туризма	нет
39	Туристическое агентство «Мир Без Границ»	нет
40	Туристическое агентство «Шанс-Тур»	нет
41	Туристическое агентство «ДИМАС Туристик»	нет
42	Туристическое агентство «Милсветтур»	нет
43	Туристическое агентство «ДИ-ТРЭВЕЛ»	нет
44	Туристическое агентство «Бюро путешествий»	нет
45	Туристическое агентство «Натали Турс»	нет



46	Туристическое агентство «Гавайи Тур»	нет
47	Туристическое агентство «АУРУМ ТУР»	нет
48	Туристическая фирма «Твоя планета»	нет
49	Туристическое агентство «Глобус»	нет
50	Туристическое агентство «Путевочка»	нет
51	Туристическое агентство «ОВЕР-ТУР»	нет
52	Бюро путешествий «Чемодан»	нет
53	Туристическое агентство «ГАЛА ТУР»	нет
54	Туристическое агентство «Мы из Югры»	нет
55	Туристическое агентство «Вояджер»	нет
56	Туристическое агентство «Турист Обь»	нет
57	Туристическое агентство «Академия отдыха»	нет
58	Туристическое агентство «Дельфин»	нет

Для местных жителей и гостей города Нижневартовска предлагаются туры: «Новогодняя сказка на хантыйском стойбище», VIP прием на охотхозяйстве «Еловое» и стойбище Лук Яун, «Быт и культура аганских ханты», «В гости к северному оленю», и т.д.

Благодаря данным предложениям по этнотурам гость имеет возможность увидеть традиционные жилищные и хозяйственные постройки, местных жителей в национальной одежде, а также принять участие в традиционных праздниках, попробовать блюда национальной кухни и купить в качестве сувениров предметы традиционного быта [2, с. 16]. Вернувшись из поездки, туристы показывают своим родственникам и знакомым приобретенные изделия, делятся впечатлениями об особенностях культуры этносов посещенного региона. Все это в целом способствует укреплению толерантного отношения между представителями разных этносов, что сейчас является важным качеством воспитания современного человека в обществе. Основными потребителями этнотуров являются люди среднего возраста, со средним или высоким доходом, потому что стоимость этнотуров достаточно высока, но всех потребителей этнических туров привлекает и завораживают этнические особенности разных этносов. Возможно совмещать туристов интересующихся экологическим, этническим и агротуризмом, так как портреты потребителей данных видов практически одинаковы.

Этнографический туризм дает возможность окунуться в атмосферу далекого прошлого, практически стать частью определённого этноса. Именно этнографический туризм способен удовлетворить целый ряд духовных потребностей человека.

Этнографический туризм может рассматриваться как одно из возможных стратегических направлений сохранения и развития экономики традиционного хозяйства. Развитие этнографического туризма в регионе должно способствовать сохранению культурного наследия и являться фактором устойчивого развития территории проживания.

В данное время в ХМАО-Югре разрабатываются проекты, целью которых является стимулирование экономического развития общин коренного населения посредством этнографического туризма как вида экономической деятельности самих коренных народов, осуществляемой ими на территориях их традиционного природопользования [1, с. 15].

Проекты, созданные для развития этнографического туризма должны быть направлены на то, чтобы уберечь процесс развития экологического и этнографического туризма от не продуманных, сиюминутных тенденций, придать ему устойчивость – прежде всего, посредством активного вовлечения коренных малочисленных народов в сферу туристского бизнеса. Гарантеей стабильности и эффективности проектов развития туристского бизнеса и устойчивого развития в более широком смысле станет самостоятельное руководство реализации проектов представителями коренных малочисленных народов. ХМАО-Югра располагает огромным потенциалом как для развития всех видов туризма, в том числе и этнографического. У региона есть все необходимые ресурсы для развития этнографического туризма – огромная территория, богатое историческое и культурное наследие.

Специалистами Управления по туризму Ханты-Мансийского автономного округа – Югры было проведено пилотажное исследование, цель которого состояла в выявлении привлекательности данного вида туризма. Респондентами были местные жители и гости Югры, приезжающие в автономный округ не только с туристическими целями, но и деловыми, торговыми и т.д. В ходе исследования выявлена огромная заинтересованность в этнотурах. Все респонденты (около 1000) проявили интерес и поддержали идею знакомства с культурой и бытом коренных народов, посредством туризма. Как особое мнение было отмечено, что следует включать в этнотуры не только посещение музеев, но и встречи с носителями культуры, непосредственно в местах их проживания. Это производит на туристов колоссальное впечатление, и является, по их мнению, одним из самых ярких элементов этноту-

ра. Возможность общения, что-то сделать своими руками, поучаствовать в сборе дикоросов, возможность охоты и рыбалки. Туристы, которые были в таких турах, выразили готовность вновь отправиться в этнопутешествие.

Развитие этнотуризма в нашем регионе не только имеет положительный экономический результат, а в первую очередь, предполагает огромный социальный эффект. На первое место выходит занятость местного населения. Развитие этнографического туризма, несомненно, способствует и развитию сопутствующих сфер: производство сувениров, строительство средств размещения туристов, услуг питания и т.д. Появляется возможность развития производства, фермерских хозяйств, традиционных промыслов и ремесел. Следовательно, этнографический туризм, при правильном подходе к развитию, является перспективной отраслью туризма.

Таким образом, мы рассмотрели этнографический туризм, как перспективное направление рынка туристских услуг в ХМАО-Югре. Проанализировав ситуацию с предложениями туристических фирм в городе Нижневартовске, можно сделать вывод, что горожанам и гостям города не достаточно информации о существующих на территории ХМАО-Югры этнотурах. В связи с этим, необходимо усилить проведение рекламных кампаний, информационных туров с привлечением специалистов по туризму, преподавателей и студентов соответствующих специальностей и направлений подготовки. Принимать активное участие в российских, международных конференциях, выставках по туризму и в иных мероприятиях в целях популяризации регионального этнографического туризма. Думаем, целесообразно организовать и провести рекламный тур «Югра многонациональная» по местам с наиболее развитым этнографическим туризмом для международных и российских туроператоров.

#### Литература

1. Курина В. Культурно-познавательные возможности этнографического туризма / Самарская государственная академия культуры и искусств. URL: <http://www.acis.vis.ru/8/2/2/Kurina.htm>
2. Чумаков К. Этно-экологический туризм в сохранении природного и культурного наследия // Новая жизнь. 2006. № 5. С. 15–16.
3. Социологический опрос о заинтересованности туристов об этническом туризме // Онлайн журнал «Турбизнес». URL: <http://www.tourbus.ru/article/2052.html> (дата обращения: 25.03.2017).
4. <http://www.russiaturism.ru/contents/statistika/statisticheskie-dannye-po-rf/statisticheskie-dannye-po-subektam-rf-za-2015-god>

УДК 796.5:379.85

**А.И. Мозговая, студент**

*Научный руководитель: Е.Б. Ищенко, преподаватель  
г. Ростов-на-Дону, Южный федеральный университет*

### **БОТАНИЧЕСКИЙ САД КАК РЕКРЕАЦИОННАЯ ПЛОЩАДКА ДЛЯ СТУДЕНТОВ В РАМКАХ УЧЕБНЫХ ЗАНЯТИЙ ПО ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЕ В СЕКЦИИ «ТУРИЗМ И СПОРТИВНОЕ ОРИЕНТИРОВАНИЕ»**

Человечество не стоит на месте, научно-технический прогресс общества диктует свои правила, которые оставляют неизгладимые следы в сознании каждого человека. Если раньше физическая культура являлась лишь неким дополнением к потребностям, то теперь спорт является краеугольным основанием, который формирует личность и становление необходимой профессионально-прикладной физической подготовленности, определяющей физическую работоспособность и успешность профессиональной деятельности.

Сейчас, в современном мире, многие люди знакомы с таким понятием, как здоровый образ жизни или иначе ЗОЖ. Интернет пестрит прекрасными статьями, наполненными общими и углубленными понятиями о ЗОЖе, развиваются множество индустрий, направленных на внедрение правильного образа жизни в человечество. Глобальные изменения коснулись так же и науку. В массы внедряется валеология – наука об искусстве быть здоровым, вести здоровый, правильный, активный образ жизни, приучаться к нему с самого детства.

По моему мнению, это большой прорыв в жизни человечества, ведь здоровый образ жизни, основанный на спортивной нагрузке – это залог успеха светлого будущего. Многие люди при услышанном слове «спорт» представляют изнурительную нагрузку в спортивном зале, на утро дико болящие мышцы, которые отбивают всё желание далее продолжать укреплять здоровье. Но во многом это

лишь стереотип. На самом деле, чтобы держать своё тело в тонусе, здоровье на высокой планке, достаточно просто много двигаться и получать удовольствие от спортивных нагрузок. Именно с этой целью в современном мире существует такое понятие, как физическая рекреация – использование любых видов двигательной активности (физические упражнения, физический труд и так далее) в целях физического развития и укрепления здоровья. Особенностью её является полное подчинение интересам, вкусам, наклонностям данного человека или группы людей. В связи с этим – полная свобода выбора вида и характера занятий, их периодичности, времени суток, методов и форм организации. Здесь человек сам конструктор и архитектор, методист и тренер, контролёр и ответчик. Целью физической рекреации является, во-первых, укрепление физического, психического здоровья в целом, во-вторых, создание и реализация базы для плодотворного умственного и физического труда.

За последние годы появились новые увлечения, основанные на физической рекреации, например, дельтаплан, пилатес, аэробика, шейпинг, рекреационный туризм. Последний занимает не малую долю внимания многих людей во всём мире. Важно отметить, что он основывается на передвижении людей в свободное время в целях отдыха, необходимого для восстановления физических и душевных сил человека. Также стоит отметить, что многие университеты нашей страны внедряют его в жизнь студентов. Например, Южный Федеральный Университет (г. Ростов-на-Дону) проводит в рамках дисциплины «Физическая культура» занятия по туризму и спортивному ориентированию. А рекреационной площадкой для проведения таких форм физической нагрузки служит Ботанический сад. Предоставляемая секция пользуется огромной популярностью среди студентов, и именно поэтому тема моей статьи звучит именно так.

Выбрав тему, я поставила перед собой чёткую цель: изучить и исследовать, каким образом рассматриваемый вид физической нагрузки влияет на здоровье студентов.

Мысль о создании в г. Ростове-на-Дону Ботанического сада возникла у передовой интеллигенции еще в 1915 году, когда в связи с первой мировой войной в Ростов из Варшавы был эвакуирован университет. Однако, сразу это сделать не удалось, и лишь с установлением на Дону Советской власти организация Ботанического сада стала реальностью. Но только в 1927 году по инициативе профессоров В.Ф. Хмелевского и В.Н. Вершковского городские власти выделили под ботанический сад 74,11 га. Ботанический сад Северо-Кавказского университета был первым на огромной территории беслесной зоны юга России. Главной его задачей считалась акклиматизация в степном крае растений из других регионов планеты. Ботанический сад появился в 1927 году. На его месте еще в конце 1920-х годов в пойменной части находились огороды и цветниковое хозяйство. В закладке ботанического сада приняли участие тысячи ростовчан. Все работы выполнялись вручную. Начатые в 1929 году, они были в основном завершены в 1933 году. Уже в то время начали формироваться коллекции декоративных, технических и других культур. К 1940 году коллекционный фонд сада насчитывал свыше тысячи наименований растений, в том числе граб, платан, бархатное дерево. Общая площадь составила 269,5 га, из которых 100 га занимал дендрарий, 7 га оранжерея, 32 га питомник. Сейчас Ботанический сад является госбюджетным учебно-научным подразделением Южного Федерального университета. По доверенности ректора он наделен полномочиями юридического лица, имеющего отдельный бюджетный баланс и печать [2].

На территории Ботанического сада проводятся занятия у студентов Академии биологии и биотехнологии, химического факультета, РостГМУ и не только. В целом, ботанический сад представляет своего рода рекреационную площадку, на территории которой проводятся разного рода мероприятия, например, занятия по физической культуре в рамках туризма и спортивного ориентирования.

В последние годы в нашей стране наблюдается стремительно увеличение интереса людей к туризму и спортивному ориентированию. Однако еще далеко не все наши соотечественники до конца понимают, о чем идет речь [5]. Общее понятие звучит так, туризм – временные выезды (путешествия) людей в другую страну или местность, отличную от места постоянного жительства, на срок от 24 часов до 6 месяцев в течение одного календарного года или с совершением не менее одной ночевки в развлекательных, оздоровительных, спортивных, гостевых, познавательных, религиозных и иных целях без занятия деятельностью, оплачиваемой из местного источника [1, с. 37]. Но существует более узкое понятие. Что же представляет собой данный вид физической нагрузки. В целом это перемещение людей по незнакомой местности с использованием карты и компаса, прохождение переправ, встречающихся на пути с использованием первичных навыков вязания узлов и работы в системе. Также по данному виду спорта очень часто проводятся соревнования. И почувствовать себя спортсменом может абсолютно каждый, стоит лишь только обладать первичными навыками. Студенты Южного Федерального Университета очень часто, защищая честь учебного подразделения, участвуют в соревнованиях по спортивному ориентированию и достигают достаточно больших успехов. В

этом им помогают лучшие инструктора-преподаватели в сфере туризма, имеющие колоссальный опыт за плечами. Каждое занятие проходит достаточно интересно, а самое главное полноценно. Ведь оно включает в себя изучение главных терминов, то есть теоритическая часть, а затем воспроизведение полученных знаний на практике. Вязание узлов (проводник восьмёрка, встречный, прямой, австрийский проводник, схватывающий и так далее), установка палатки, умение работать в системе, горизонтальная и вертикальная переправы, спортивное ориентирование по заданному маршруту, умение определять азимут, навыки работы с картой и топографическими знаками и многое другое – отрабатываемые навыки на практике.

Но возникает вопрос – где всё это может пригодиться? Проверка туристских навыков является одним из важнейших моментов сдачи нормативов ГТО. Умение преодолеть водную преграду, глубокий овраг, поставить палатку, разжечь костер, ориентироваться на открытой местности и в лесу по компасу и карте, по солнцу и звездам, оказать первую медицинскую помощь товарищу. Это всё может пригодиться не только в туристском походе или загородной прогулке, но и в повседневной жизни, а также в дни воинской службы. В туристских походах и альпинистских восхождениях широко применяются основные и вспомогательные (репшнур) веревки из капрона. Веревка используется для обеспечения безопасности во время водных переправ, для преодоления естественных препятствий, оврагов, осыпей, снежников, перетаскивания груза и снаряжения. Для соединения веревок между собой и обвязки туристов при страховке используются различные виды узлов. Поэтому так важно в совершенстве обладать навыками вязания узлов и правильно применять их на практике. Для связывания веревок обычно употребляются прямой, ткацкий и академический узлы. Например, прямым узлом связываются веревки только одинаковой толщины. Этот узел, простой и красивый по своему строению, не следует путать с другим узлом, который в простонародье зовется «бабьим» и в котором входящий и выходящий концы одной веревки получаются разъединенными друг от друга петлей второй веревки. Такой узел под воздействием больших нагрузок может соскользнуть и развязаться. При различного рода работах и обвязывания людей с целью страховки применяются узел проводника, схватывающий узел и булинь. Например, схватывающий узел применяется для страховки и свободного передвижения вдоль веревки. Он завязывается из репшура на толстой основной веревке. Если этот узел резко нагрузить (например, имитируя падение), то узел сразу затянется, и будет удерживаться на одном месте основной веревки. Затем его можно легко ослабить и продолжить движение. Итак, умелое пользование веревкой может сослужить огромную помощь в походе, на работе, в армии. На коротком привале можно устроить веселые соревнования по вязке узлов [4].

Ботанический сад является тем местом, который идеально совмещает в себе не только исследовательский и эстетический центры, но и является рекреационной площадкой для занятий по туризму и спортивному ориентированию в рамках дисциплины «Физическая культура». Причиной этого является, во-первых, обширная территория для проведения пеших походов и спортивного ориентирования, природный ландшафт с равнинами, холмами, крутыми спусками и впадинами. Доказательством выше сказанного являются прекрасные отзывы студентов Южного Федерального Университета, которые не первый год занимаются в данной секции.

«Я занимаюсь в секции туризма немного-немало, два года. В рамках этой секции я научилась дисциплине, вязанию узлов, спортивному ориентированию с помощью карты и компаса и многому другому. Благодаря туризму и спортивному ориентированию я приобрела навыки, которые смогу применять в жизни. Также мне нравится место, где мы занимаемся, в Ботаническом саду, так как он очень красив, и спортивное ориентирование помогает изучить всю его красоту в целом. Он находится прямо в городе, а поскольку город у нас крупный, то найти кусочек природы довольно трудно. На секции туризма я отдыхаю душой, и теперь в полной мере понимаю, что значит заниматься спортом для души. Ботанический сад действительно является рекреационной площадкой для физической культуры» Марина, студентка Академии биологии и биотехнологии ЮФУ

«Я посещаю секцию туризма и спортивного ориентирования почти 2 года. За это время я научился очень важным вещам. А именно, вязание узлов, работа в системе, установка палатки, ориентирование по карте с помощью компаса, определение азимута. Благодаря, этой секции приобретённые навыки я смогу применять и в жизни. Самое главное для меня, что туризм несколько не отвлекает меня от учёбы, с лёгкостью могу их совмещать, а всё потому что этот спорт приносит мне массу эмоций. Мы часто занимаемся на открытом воздухе в Ботаническом саду, наслаждаемся природой и учимся справляться со всеми её сюрпризами. Ботанический сад отлично подходит для роли рекреационной площадки в рамках физической культуры. Наконец-то я могу с уверенностью сказать, что физические нагрузки в моём понимании связаны с рекреацией». Всеволод, студент Академии биологии и биотехнологии ЮФУ

Несомненно, для каждого человека звучит по-разному словосочетание «физическая нагрузка». Но никогда не стоит забывать, что регулярная физическая нагрузка – залог хорошего здоровья и позитивного настроения. Спорт помогает нам бороться со стрессами, заряжает нас бодростью, вдохновляет на ежедневные подвиги [3]. Конечно же, спортивные нагрузки должны ассоциироваться с взрывом эмоций и энергии, спокойствием и умиротворением. Вот такой контрастный спорт!

#### Литература

1. Биржаков М.Б. Введение в туризм. СПб.: Издательский дом Герда, 2004. С. 37.
2. <http://bg.sfedu.ru/glavnaya/istoriya.html>
3. <http://bodyroom.ru/sport/kak-vybrat-sport-dlya-dushi.html>
4. <http://offsport.ru/turizm/turistskie-navyki.shtml>
5. <http://122plus.ru/zhizn/sub1/turizm-i-sportivnoe-orientirovanie>

УДК 379.85

**А.С. Москаленкова, студент**

*Научный руководитель: Т.А. Кравчук, канд. пед. наук, профессор  
г. Омск, Сибирский государственный университет физической культуры и спорта*

## ПРОЕКТИРОВАНИЕ СПОРТИВНО-СОБЫТИЙНОГО КВЕСТ-ТУРА ДЛЯ МОЛОДЕЖИ

Создание туристических продуктов основывается на результатах маркетинговых исследований потребностей туристского рынка и предложений основных конкурентов. Откуда и идет ориентация туроператора на рынке. Сегодня, одним из самых эффективных способов для развития территории является событийный туризм, это перспективный и динамично развивающийся сегмент туристского рынка. Такой прогресс связан, прежде всего, с тем, что турист может не только познакомиться с местностью и ее достопримечательностями, но и стать активным участником какого-либо события [1, с. 78].

Событийный туризм не редко совмещают со спортивной деятельностью, так как в настоящее время спортивно-событийный туризм является весьма актуальным направлением в России и это не только из-за грандиозных спортивных событий (Всемирная летняя универсиада 2013 года в Казани, Олимпийские и Параолимпийские зимние игры 2014 года в Сочи, этап «Формулы-1» 2015 года в Сочи, чемпионат мира по хоккею в 2016 году, чемпионат мира по футболу в 2018 году), а также, потому что люди стали больше внимания уделять своему здоровью, образу жизни и заниматься активными видами спорта и туризма [4, с. 87].

Местом проведения спортивно-событийного квест-тура мы выбрали Омскую область, которая имеет большой рекреационный потенциал, удобное географическое положение и транспортную развязку [3, с. 247]. И конечно, обладает своим календарем событий, как оказалось не только местного значения, но и межрегионального, Всероссийского и даже Международного. Проанализировав календарь событий Омской области, мы можем сделать вывод, что события делятся, как минимум на три типа:

Tradeevents – это события, организуемые для клиентов, партнеров, дилеров.

К данным мероприятиям можно отнести различные презентации, конференции, светские приемы, форумы, семинары, саммиты, выставки. А именно: международная выставка высокотехнологичной техники и вооружений, всероссийская научно-практическая конференция «Методика преподавания математических и естественных дисциплин: современные проблемы и тенденции развития», международный экономический форум студентов, магистрантов и аспирантов «Инновации. Креативность. Лидерство: современные ресурсы глобальной экономики», межрегиональная научно-практическая конференция аспирантов, соискателей и молодых ученых «Методология в науках о физической культуре и спорте» [2, с. 63].

Corporateevents – это корпоративные специальные мероприятия, тимбилдинг, дни рождения руководства, сотрудников компании и самой компании, летние и зимние выездные мероприятия для сотрудников, корпоративные вечеринки для календарных и профессиональных праздников, тренинги, вручение премий и т.п. К ним относятся: мероприятия, проводимые на многих предприятиях региона для сплочения коллектива.

Specialevents – это мероприятия, проводимые компанией в целях привлечения внимания общественности к самой компании, её деятельности и продуктам. Спецсобытия призваны нарушить рутинный и привычный ход жизни в самой компании и окружающей её среде, стать событием для целевых групп общественности. К ним относятся: сибирский международный марафон, международные фестиваль культур «Культифест», межнациональный фестиваль «Орнамент восточной души», областной фестиваль национальных культур «Единение», фестиваль студенчества «Свободное движение», фестиваль «Огни Самайна», фестиваль социальных коммуникаций «Пора», фестиваль «HandMade – HolidayupMarket», фестиваль документального кино «Сибирь», фестиваль любительских театров «Неделя экспериментального театра», областной фестиваль путешественников, фестиваль-конкурс «Сибирь зажигает звезды», фестиваль «Солнцестояние», омский полумарафон-гандикап, мотокросс и трековые гонки на ипподроме, чемпионаты города по картингу и BMX-спорту, всероссийские соревнования по преодолению препятствий «Омский конкур», мемориал Виктора Блинова, сезонные игры КХЛ, рождественский полумарафон, омский областной фестиваль сноуборда.

Все перечисленные выше события могут быть интересны как жителям Омской области и других регионов России, так и иностранным туристам [2, с. 63].

Одно из самых массовых мероприятий Омской области является фестиваль «Солнцестояние», который ежегодно проводится в Муромцевском районе, деревне Окунево. Это фестиваль привлекает не только своей «мистическим» расположением, но и предлагает обширную программу на несколько дней, тем самым вызывает интерес у множества молодежи и не только.

Для актуальности предложенного нами тура, мы проанализировали предложения четырех турагентств Омска, которые по версии сайта [www.turizm.ngs55.ru](http://www.turizm.ngs55.ru) являются ведущими по внутреннему туризму и разрабатывают туры в Омскую область, д. Окунево. В список вошли: «Дискавери», «Увлечен и Я», «Седьмое небо» и «Азимут – спорт». Остальные же турагентства предоставляют только размещение в гостиницах в районе д. Окунево. Мы сравнили направленности предлагаемых туров, программы туров, контингент, кол-во дней и их стоимость.

И выяснили, что турагентство «Дискавери» предлагает четыре тура в большей части познавательной направленности, где основным контингентом выступает средний и пожилой возраст. Стоимость тура на три дня составляет от 5700 (пяти тысяч семьсот) рублей, в стоимость входит питание, проживание, трансфер и экскурсии. Программа самого популярного тура, среди туристов данного турагентства, включает в себя: выезд из города Омска, размещение в ГД «Садху», ужин, экскурсия на оз. Шайтан, пикник на берегу озера Шайтан, посещение реки Инцисс, обзорная экскурсия по Окунево (по запросу), посещение трех таинственных озер, прибытие в город Омск.

Турагентство «Увлечен и Я» предлагает три тура, два из них познавательной направленности и один событийный тур. Основным контингентом данных туров выступает молодежь и средний возраст. Стоимость тура на два дня составляет от 2900 (двух тысяч девятьсот) рублей, в стоимость входит питание, проживание, транспорт и экскурсии. Программа событийного тура включает в себя: выезд из города Омска, установка палаточного лагеря в деревне Окунево, посещение мероприятий фестиваля «Солнцеворот», вечерние посиделки у костра, йога-зарядка на свежем воздухе (по желанию), археологическая экскурсия, прогулка до Омска, прибытие в город Омск.

Турагентство «Седьмое небо» предлагает один тур, он является познавательным. Основными потребителями выступают люди среднего и пожилого возраста. Стоимость тура на три дня составляет от 5700 (пяти тысяч семьсот) рублей, в стоимость входит питание, проживание, трансфер и экскурсии. Программа данного тура очень схожа с программой популярного тура в турагентстве «Дискавери», единственное отличие в названии экскурсий.

Турагентство «Азимут – спорт» предлагает всего лишь один тур познавательной направленности. Основными покупателями выступают люди среднего и пожилого возраста. Стоимость тура на три дня составляет от 5700 (пяти тысяч семьсот) рублей, в стоимость входит питание, проживание, трансфер и экскурсии. Программа данного тура очень схожа с программой популярного тура в турагентстве «Дискавери», единственное отличие в названии экскурсий. Стоимость тура на два дня составляет 2500 (две тысячи пятьсот) рублей, в стоимость не входит питание и проживание. Но программа разнится с предложениями других турагентств, она включает в себя: отъезд из города Омска, остановка для перекуса в пути, прибытие в деревню Окунево, экскурсию на энергетический центр «Татарский увал», Экскурсию по реке Тара, посещение гончарной мастерской, посещение Храма Ашрам «Омкар Шива Дхам» и уникального природного объекта на реке Тара, отдых на озере Линево, отъезд в город Омск.

Проанализировав рынок, мы выяснили, что турагентства предлагают лишь один тур событийной направленности, остальные имеют познавательный характер, что больше привлекает сегмент среднего возраста.

А для повышения интереса к внутреннему туризму у молодежи мы добавили в программу тура одно из самых популярных на рынке развлечений – квест с элементами спортивного ориентирования.

На основе анализа, нами был разработан спортивно-событийный квест-тур в Омскую область, деревню Окунево на фестивале «Солнцестояние», который включает в себя не только посещение мероприятия, а так же экскурсионную программу и активную игру – квест «Затерянный турист».

Продолжительность маршрута – 3 дня/2ночи.

Тип маршрута – комбинированный.

Транспорт – микроавтобус «Ford».

Размещение – палаточный лагерь на территории базы отдыха «Татарский Увал».

Стоимость – 3935 руб. в т.ч. НДС 18%.

Кол-во участников – 15 человек.

В стоимость тура включено: питание, проживание, трансфер, страховка, экскурсионная программа, услуги гидов и спортивных инструкторов, квест.

Нами была разработана программа тура:

В первый день туристы приезжают в д. Окунево и размещаются в палаточном лагере на территории базы отдыха «Татарский Увал», после идет ужин и анимационная программа, вечер бардовской песни «У костра».

Второй день начинается с завтрака, далее идет пешая экскурсия к памятнику «Татарский увал», гостям предлагается посетить часовню Михаила Архангеля и гонимую мастерскую «Облака». После экскурсии группа возвращается в лагерь. Время отводится на обед и подготовку к квесту.

Гости собираются в назначенное время в назначенном месте для игры в квест-тур «Затерянный турист». Предыстория: группа исследователей ушла на поиски пятого озера, через 3 дня вернулись все, кроме одного. Последнее его ммс было с таким текстом: « Я нашел его» и фотография, где изображен кусочек местности, который участникам и будет ориентиром. Но чтобы получить данное фото целиком, нужно будет пройти ряд испытаний.

Для квеста потребуется: фонарик, складной ножик, маркер и мобильный телефон.

В рамках квест-тура требуется:

- 1) Отгадывать ребусы и загадки.
- 2) Выполнять задания различной сложности;
- 3) Ориентироваться на незнакомой местности;
- 4) Искать секретные коды;
- 5) Обследовать труднодоступные места.

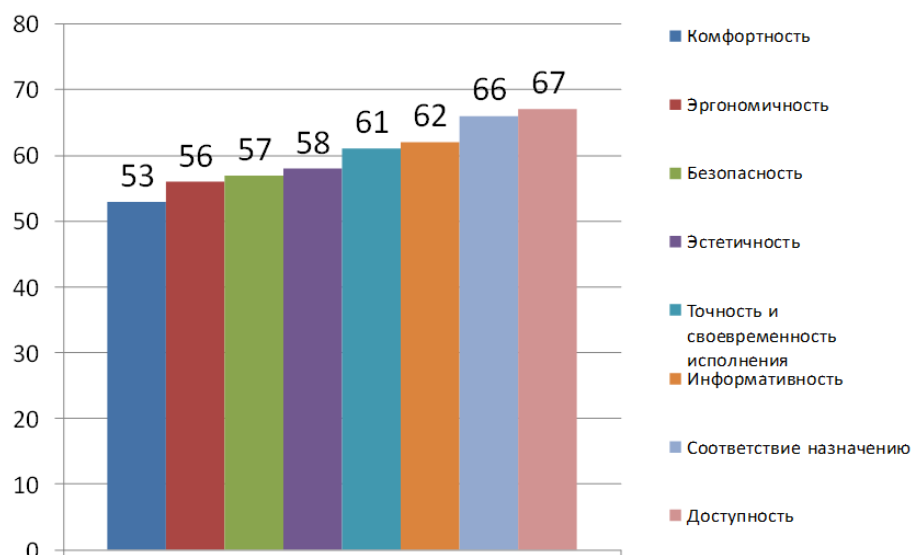
Цель квеста: найти человека за 1,5 часа. Гостям будут предложены карты, с обозначением локаций нескольких подсказок.

После туристы возвращаются в лагерь для ужина и отправляются на фестиваль праздника «Солнцеворот».

В третий день гости по желанию посещают мероприятия фестиваля, ярмарки эко – продуктов и возвращаются в лагерь для сбора вещей, после чего отправляются в город Омск.

Для оценки организации спортивно-событийного квест-тура в деревню Окунево был проведен экспертный опрос среди директоров, главных менеджеров турагентств.

Результаты экспертного опроса показали (рис. 1), что важнейшими параметрами тура стали доступность, соответствие назначению, информативность, а также точность и своевременность исполнения.



**Рис. 1. Сумма баллов параметров разработанного спортивно-событийного квест-тура для молодежи**

#### **Литература**

1. Белецкая Е.А. Событийный туризм, как инструмент повышения туристской привлекательности // Вестник Тамбовского университета. Серия: Гуманитарные науки. 2014. № 12 (140). С. 278.
2. Кравчук Т.А. Событийный туризм как фактор социально-экономического развития Омской области // Государственный гуманитарно-технологический университет (Орехово-Зуево). 2015. № 1. С. 63.
3. Кузнецова О.П. О некоторых аспектах развития туризма в Омской области // Омский научный вестник. 2015. № 4 (141). С. 247.
4. Мендель Т.В. Проблемы развития спортивно-туристской деятельности в России // Вестник Красноярского государственного педагогического университета им. В.П. Астафьева. 2013. № 1 (23). С. 87.

**УДК 379.85**

***Е.А. Наумова, магистрант***

*Научный руководитель: О.Ю. Шахова, канд. культурологии, доцент  
г. Нижневартовск, Нижневартовский государственный университет*

## **ТУРИСТСКИЙ СПРОС КАК ЭЛЕМЕНТ ТУРИСТСКОГО РЫНКА**

Под спросом понимается способность покупателей приобретать товар (благо) по определенной цене, при этом цена, соответствующая «потолку» называется ценой спроса.

В связи с этим выделяют понятие величины спроса, то есть в натуральном измерении тот объем блага, который может быть куплен потребителем по соответствующей цене [1, с. 88].

Первоначально необходимо определить, что можно отнести к туристскому спросу? К нему относится вся совокупность спросов, представленных на рынках услуг, сопровождающих туризм, то есть туристский бизнес состоит из трех основных секторов, а именно:

- сферы транспортного обслуживания;
- сферы обслуживания, необходимого для обеспечения комфортного пребывания туристов вне своего жилья (например, проживание);
- сферы деятельности, обеспечивающей получение разовых благ (например, сувениры, лечение).

На формирование спроса на туристском рынке оказывают влияние многие факторы, среди которых наиболее существенными являются:

- численность и структура населения, с ростом населения увеличивается спрос;
- цена туристических услуг, чем выше цена, тем ниже спрос;
- цена заменителей туристских услуг (например, приобретение украшения), при росте цен на них, увеличивается спрос на наше благо;



- предпочтения потребителей, например, на модное направление отдыха или на качественное обслуживание тур – операторов спрос растёт;
- уровень доходов потребителей, с ростом доходов растёт спрос;
- ожидания, если на рынке ожидается новый тур – продукт и в связи с этим имеет место положительная репутация производителя, то спрос будет расти [8, с. 46].

Различная степень влияния факторов на спрос может быть выражена в виде функции спроса, при этом функция может быть представлена как рисунок, как таблица, как уравнение.

Следовательно, функция спроса отражает некую закономерность, зависимость величины спроса от уровня цен, которая получила название закона спроса.

Как и на всех рынках товаров и услуг, на туристском рынке спрос порождает предложение и является определяющим, при этом сдерживающим фактором является предел производственных возможностей государства, его туристический потенциал.

Для развития спроса на туристском рынке большое значение имеет степень развитости инфраструктуры, она разделяется на общую и именно туристскую. К общей можно отнести все то, что функционирует независимо от туризма, например, средства связи, коммунальное хозяйство, сферу торговли, сферу культуры. Данный сектор как бы является вспомогательным для порождения спроса на рынке туристских услуг. Туристская инфраструктура формируется под воздействием двух видов ресурсов: природно – географических и культурно – исторических [5, с. 85].

Актуальность статьи вызвана тем, что на российском рынке туризма можно отметить огромные перспективы, но в то же время потенциал развития данного направления бизнеса сдерживается многочисленными факторами. Первоначально необходимо определить, что можно отнести к туристическому спросу? К нему относится вся совокупность спросов, представленных на рынках услуг, сопровождающих туризм, то есть туристический бизнес состоит из трех основных секторов, а именно: – сферы транспортного обслуживания; – сферы обслуживания, необходимого для обеспечения комфортного пребывания туристов вне своего жилья (например, проживание); – сферы деятельности, обеспечивающей получение разовых благ (например, сувениры, лечение).

Данные направления деятельности между собой взаимосвязаны и зачастую турист является потребителем каждой из них одновременно. Также имеет место значительная дифференциация в каждом из секторов, например, в сфере гостиничного обслуживания имеют место номера различной категории.

О качестве туристского спроса нельзя судить по отдельным секторам бизнеса, поскольку они между собой находятся во взаимосвязи, для чего необходимо представить цепочку обслуживания:

- турист приезжает в страну пребывания, здесь его должен встретить комфортабельный автобус или другое транспортное средство;
- автобус должен доставить туриста в гостиницу высокого уровня обслуживания, где его встретят приветливые, высококлассные специалисты, готовые подсказать по первому требованию;
- когда решены основные проблемы, необходимо продемонстрировать на высшем уровне сферу развлечений, обслуживание торгового персонала с целью сделать отдых незабываемым и интересным.

Только данное сочетание может привести к насыщенному и эффективному туристскому спросу.

Большое значение для формирования спроса на туристском рынке играет также и психологический фактор, необходимо угадывать истинные мотивы туристов, что они желают получить, к чему стремятся [2, с. 142].

Согласно мнению В. Хунцикера, выделяют следующие психологические типы туристов:

- турист – богач, совершающий поездки на собственном лайнере или собственной яхте;
- человек со склонностями к занятию спортом, путешествующий с рюкзаком;
- человек, страдающий тяжелым недугом, совершающий поездку для лечения;
- безнадёжного оптимиста, любящего расширять свой кругозор поездками, новыми знаниями, переживаниями;
- ценителя деликатесов, совершающего туристические поездки для знакомства с национальной кухней других народов;
- человека, любящего отдыхать вне пределов городских мегаполисов, на свежем воздухе;
- специалиста, совершающего поездки для обогащения профессиональных знаний, например, ученый – культуровед, историк;
- человек, совершающий поездку в качестве религиозного паломничества.

Примерно 30% территории России может быть использована для притока иностранных туристов, однако отсутствие инфраструктуры, нестабильность национальной валюты превращают Российскую Федерацию практически в туристского донора. Наблюдается парадоксальная ситуация: цены на отдых и туристическое обслуживание в российских курортах зачастую выше, нежели в странах «дальнего зарубежья» [3, с. 157].

Основные проблемы формирования спроса на туристском рынке России представлены в таблице 1.

Таблица 1

**Основные проблемы развития спроса на туристском рынке России**

<b>Проблема формирования спроса</b>	<b>Удельный вес опрашиваемых, %</b>
Неравномерность развития сферы туризма в российских регионах	40
Слабое развитие внутреннего туризма	28
Недоразвитость инфраструктуры	22
Сбои с транспортным обслуживанием	10

Таким образом, можно сказать, что отечественный рынок туризма и спрос как его неотъемлемый элемент на данный момент находится в состоянии формирования, имеется существенный потенциал, Россия имеет все возможности выйти в лидеры туристского бизнеса. В то же время довольно серьезными проблемами, сдерживающими развитие, являются: неравномерность развития сферы туризма, низкий уровень развития внутреннего туризма, слабая инфраструктура туризма и низкий уровень качества транспортного обслуживания.

**Литература**

1. Александрова А.Ю. Экономика и территориальная организация международного туризма. М., 2014. 362 с.
2. Александрова А.Ю. Международный туризм. М, 2015. 402 с.
3. Биржаков М.Б. Введение в туризм. СПб., 2015. 391 с.
4. Волков Ю.Ф. Введение в гостиничный и туристический бизнес. – Ростов-на-Дону: Феникс, 2015. 441 с.
5. Зорин И.В., Квартальнов В.А. Энциклопедия туризма. М.: Финансы и статистика, 2014. 480 с.
6. Кусков А.С., Макарец Л.В. Основы курортологии. Саратов, 2015. 462 с.
7. Николаенко Д.В. Рекреационная география. М, 2014. 502 с.
8. Сенин В.С. Организация международного туризма. М.: Финансы и статистика, 2014. 476 с.
9. Соколова М.В. История туризма. М.: Академия, 2015. 484 с.
10. Экономика и организация туризма: международный туризм / под ред. И.А. Рябовой, Ю.В. Забаева, Е.Л. Драчевой. М.: КНОРУС, 2015. 501 с.
11. Соколова М.В. История туризма. М.: Академия, 2015. 484 с.

УДК 379.852

**Е.В. Паевская, магистрант**

*Научный руководитель: Ж.Е. Нурбаев, канд. ист. наук, ст. преподаватель  
г. Астана, Казахстан, Евразийский национальный университет им. Л.Н. Гумилёва*

# **ПРОЕКТ СОЗДАНИЯ ИСТОРИЧЕСКОГО ЭКСКУРСИОННОГО МАРШРУТА С АРХИТЕКТУРНЫМИ ЭЛЕМЕНТАМИ «ЗАМЕЩЕННОЙ РЕАЛЬНОСТИ» НА ПРИМЕРЕ Г. АСТАНА**

В настоящее время наблюдается тенденция повышения интереса к истории того места, где человек живет, или куда он прибывает. Узнать краеведческую информацию можно из путеводителей, книг, а также во время специальных исторических экскурсий. Каждому крупному городу и небольшому поселению есть, что рассказать нам о себе.

В 2017 году столица Казахстана Астана встретит гостей из разных стран, которые приедут на Международную специализированную выставку ЕХРО-2017. Во время этого события очень важно познакомить иностранных представителей с историей и культурой нашей страны, особенностями развития нашего города. Астана, конечно, не может похвастаться 400-летней историей Уральска, который видел и Е.Пугачева, и А.С.Пушкина, 870-летней историей Москвы, 1000-летней историей Алматы, и тем более уходящей вглубь тысячелетий историей Тараза, Рима и Александрии. Однако это не означает, что нашему городу нечем гордиться. Например, остается малоизвестным фактом, что в XIX веке в Акмолинске, как тогда называлась Астана, активно развивалась торговля, пищевая про-

мышленность; несмотря на характер провинциальной глубинки, город старался не отставать в своем развитии от других городов государства, сохраняя при этом свою индивидуальность. Так, существовавшая в конце XIX – начале XX веков кондитерская фабрика Б.Кошегулова кроме всего прочего производила пряники из акмолинской муки, за которые в 1915 году удостоилась звания «Поставщик двора Его Императорского величества», что являлось на тот момент свидетельством наивысшего качества продукции. Именно в Акмолинске в первой половине XX века родился, вырос и работал писатель и поэт С.Сейфуллин, а во время Великой Отечественной войны Акмолинск принял некоторые эвакуированные заводы, а также отправил на фронт три стрелковые дивизии, из которых половина солдат не вернулась домой [1]. Но получить об этом информацию довольно сложно, поскольку книг об истории Астаны мало, а экскурсионных маршрутов по историческому центру практически нет.

Нами был проведен обзор первых десяти веб-страниц (как следствие – самых популярных) туристических агентств, появляющихся при вводе запроса «Экскурсионные туры по Астане». Так, во всех турагентствах во время обзорной экскурсии по Астане вкратце упоминается дореволюционное время, и только в двух есть отдельные экскурсии, посвященные этому периоду жизни города. При этом существует необходимость в расширении представленных экскурсий, поскольку туристы делятся своими впечатлениями о том, что было бы неплохо добавить больше истории, либо самостоятельно отправляются на экскурсию по историческим местам.

В связи с этим возможно разработать новый пешеходный экскурсионный маршрут по Астане, охватывающий квадрат улицы Желтоксан, проспекта Абая, проспекта Республики и улицы Кенесары и время с 1832, т.е. со времени основания города как военного укрепления, по 1917 годы.

Можно выделить следующие объекты посещения: Старая площадь перед Министерством культуры и спорта (территория Гостиных рядов), дома купцов И.Силина, С.Кубрина, Егорова, В.Хальфина, торговый дом «Астана» (бывший магазин купца М.Кубрина), пересечение улиц Желтоксан и Кенесары (территория дореволюционного кинотеатра «Прогресс»), Театр им. М. Горького, касса театра (бывшая городская управа), парк «Древо жизни» (территория Александро-Невского собора), перекресток улицы Абая с проспектом Республики (территория кондитерской фабрики Б.Кошегулова и ограда бывшей Зеленой мечети) и пр. Данный маршрут охватывает такие стороны жизни города, как торговля, промышленность, образование, духовная жизнь, досуг и развлечения, отдельные интересные эпизоды из истории Акмолинска, легенды.

При этом существует значимая проблема в разработке, существовании и популярности исторических экскурсионных маршрутов, заключающаяся в малом количестве сохранившихся исторических зданий. Так, можно вспомнить Сухареву башню в Москве, построенную по приказу еще Петра I, в которой находилась школа математических и навигацких наук, а также первая в Москве астрономическая обсерватория, но разрушенную при строительстве в 30-х гг. XX века [2]. А количество соборов, монастырей, мечетей, разобранных по всей территории СССР также в 1930-е годы (например, Троице-Петровский собор в Санкт-Петербурге, Спасо-Преображенский монастырь в Пензе и др.), утраченных по причине ветхости в разные годы (как Амурские ворота в Иркутске), и кроме этого великое множество культурных объектов, уничтоженных во время военных действий, не поддается исчислению.

К сожалению, не все интересные исторические здания сохранились и в Астане. К примеру, Александро-Невский собор, построенный в конце XIX века тобольским инженером П.С. Голышевым и расписанный учеником В.М. Васнецова М.И. Тимофеевым, был разрушен в конце 1930-х гг. [3]. Такая же судьба постигла и каменную Старую мечеть, возникшую почти одновременно с самим городом. Не сохранились также кинотеатр «Прогресс», представлявший собой кубическое строение, фасад которого был обшит в шахматном порядке зелеными листьями двух оттенков, упомянутая выше кондитерская фабрика и др.

В современной туристической отрасли выход из данной проблемы довольно простой: экскурсоводы могут показывать туристам фотографии этих мест, которые носят с собой в специальной папке, называемой «портфель экскурсовода», которая собирается отдельно для каждой экскурсии. Однако существенным недостатком данного способа информирования является малый размер изображения, что несет за собой неудобство восприятия картинки туристами при большом их количестве либо с большого расстояния.

Как альтернативу данному способу мы предлагаем устанавливать по историческим центрам городов стенды с фотографиями зданий того времени (модель представлена на иллюстрации ниже). При этом устанавливать их не на том же самом месте, где когда-то находились здания, а в стороне, под определенным углом и с определенным размером, которые позволят человеку, стоящему на определенной точке перед стендом, увидеть это здание так, как оно выглядело десятилетия назад. Та-

ким образом, будет наблюдаться эффект «дополненной», а, точнее, «замещенной реальности», «окна в прошлое», что позволит показывать очередное историческое место туристам не просто со словами «но, к сожалению, здание не сохранилось», а с добавлением «но вы можете его увидеть с помощью этого стенда». Для тех же, кто совершает самостоятельную прогулку по городу, как для гостей, так и для жителей городов, основную информацию будет нести QR-код, содержащий сведения на нескольких языках и помещенный под фотографией. Для варианта в Астане, например, можно выбрать казахский, русский и английский языки. Данный формат имеет существенное преимущество по сравнению с фотографиями из «портфеля экскурсовода», которые могут увидеть только участники экскурсии. Также возможно оснащение стенда пояснениями шрифтом Брайля с сопутствующей рельефной проработкой фотографии, что позволит в буквальном смысле прикоснуться к истории всем интересующимся вне зависимости от их физических возможностей.

При этом необходимо выделить особенности размещения стендов:

1. Ставить в местах, где они не будут закрывать обзор дороги, и мешать автомобилистам.
2. Делать из качественного материала и устанавливать надежно, учитывая различные погодные условия.
3. Необходим точный расчет геометрии пространства для достижения эффекта «замещенной реальности».
4. Дизайн стендов нужно разрабатывать с учетом их дальнейшего гармоничного встраивания в архитектурный ансамбль той или иной части города.
5. При необходимости, возможно оснащение камерами видеонаблюдения с целью защиты стендов от актов вандализма.

В итоге можно надеяться, что рассказанная и показанная данным образом история тех людей, которые жили на этом месте много лет назад, будет вдохновлять современных людей на новые свершения, поскольку, как говорил Мигель де Сервантес: «История – сокровищница наших деяний, свидетельница прошлого, пример и поучение для настоящего, предостережение для будущего».



#### Литература

1. Дубицкий А.Ф. Город на Ишиме. Алма-Ата: Казахстан, 1986. 152 с.
2. Сытин П.В. Сухарева башня (1692-1926). Народные легенды о башне, её история, реставрация и современное состояние / предисловие и примечания д-ра ист. наук Л.В. Ивановой; Российский международный фонд культуры. М.: Отечество – Крайтур, 1993. 40 с.
3. Государственный архив г. Астана. Ф. 365 – Оп. 1 – Д. 20 – Л. 27–28.

## **РОЛЬ СОБЫТИЙНОГО ТУРИЗМА В РАЗВИТИИ ТУРИНДУСТРИИ (НА ПРИМЕРЕ ТРАДИЦИОННОГО ФЕСТИВАЛЯ «САМОТЛОРСКИЕ НОЧИ» В Г. НИЖНЕВАРТОВСКЕ)**

Согласно статистическим сведениям по итогам 2016 года сокращение организованного выездного туризма составило 20%. При этом рынок внутреннего организованного туризма вырос на 18%, а рынок организованного въездного туризма — на 6%. Специалисты предполагают, что в связи с сформировавшейся обстановкой в России, связанной с введенными санкциями, в 2017 г. турпоток жителей России за рубеж уменьшится в 8–10%. В связи с падением выездного турпотока из-за обесценивания рубля, российских туроператоров призывают делать основной упор на внутренний рынок.

Одним из наиболее перспективных течений, способствующих формированию туристской сферы в Ханты-Мансийском автономном округе – Югре (далее ХМАО-Югра) на сегодняшний день считается событийный туризм, дающий возможность перенаправить туристские потоки в естественный туристический рынок и совершенствовать региональную туриндустрию. Доля событийного туризма в структуре внутреннего российского турпотока занимает всего 1% [5]. По оценкам международных экспертов, за последние 10 лет одним из наиболее развивающихся видов туризма является именно событийный туризм, мировой оборот которого возрос с десятков до сотен миллиардов долларов. Однако при этом доля России составляет в данном виде туризма всего 2%.

Событийный туризм ценен тем, что дает возможность гражданам различных возрастов, политических мнений, пристрастий принимать участие в культурно-досуговых событиях и пополнять, совершенствовать культурно-исторический потенциал округа. Он предоставляет собой сильный мультипликативный результат, представляется интересным для социально-экономического формирования в отдельности региона и страны в целом.

Событийный туризм в большинстве своем это такой тип отдыха, который наполнен стабильной атмосферой праздника. Туристы, отправляющиеся в такое путешествие, безусловно, узнают множество красочных, запоминающихся моментов, которые запомнятся им на всю жизнь [2, с. 16].

Особенностью событийного туризма является то, что каждый год он дополняется новыми событийными поездками, которые из неожиданных передаются в разряд регулярных, традиционных [1, с. 324].

Весь событийный туризм можно разделить на ряд категорий, которые отобраны согласно масштабу предстоящего события. Согласно этому показателю туроператоры акцентируют внимание на государственные и международные события. В событийном туризме выделяются тематические направления, в частности, кинофестивали, театрализованные шоу, карнавалы, ярмарки, популярные показы, народные праздничные дни, цветочные фестивали, гастрономические фестивали, спортивные действия, фестивали музыки, культовые праздничные дни, финансовые форумы и др. [4].

В России, особенно в регионах, событийный туризм, приносящий прибыль, широкого развития еще не получил. В стране пока не сформировались периодически повторяющиеся общественно значимые мероприятия, привлекающие большие массы российских и зарубежных туристов.

ХМАО-Югре ведутся мероприятия, которые стали площадкой для организации событийных турпоездок. К числу наиболее важных относятся: открытый региональный фестиваль культуры местных народов Севера «Россыпи Югры», их проводит МАУ «Межпоселенческий центр национальных промыслов и ремесел поселка Аган; районные традиционные национальные праздничные дни «День охотника и оленевода», «Прилет Вороны», «Праздник Обласа», «Праздник Осени».

С 1975 года ежегодно в городе Нижневартовске проводится фестиваль «Самотлорские ночи». Фестиваль проводится в начале лета, в июне и продолжается от 2 до 4 суток. В рамках фестиваля проводятся разные общенародные гуляния, выступления, выставки. Фестиваль искусств, труда и спорта «Самотлорские ночи» – единственный из наиболее излюбленных торжеств горожан и гостей города, который дает с собой летнее тепло и восторг сердец, веселую суматоху и предвкушение чуда, массу ликующих встреч и непроходящую молодость. Согласно традициям, фестиваль берет начало у 1-ой нефтяной скважины, ставшей монументом времени разработки Самотлорского месторождения. Тут загорается пламя трудовой популярности, с этого места факельный кортеж передвигается к монументу «Покорителям Самотлора». Для того чтобы воздать должное первопроходцам, чьи знамени-

тые фамилии навсегда сохранились в памяти городских жителей, а потом – по улицам города к Монументу воинам – соотечественникам, погибшим в годы Великой Отечественной войны. И уже с этого места фестиваль факел стремится в Главный спорткомплекс, где сотни городских жителей ожидают основания праздничной церемонии открытия фестиваля «Самотлорские ночи». Быстро происходят действия церемонии открытия, зажигается пламя фестиваля, и часть города дает Музам творчества символический ключ от города. К общему ликованию городских жителей фестиваль приступает к праздничному шествию.

Более чем на двадцати праздничных площадках города в течение нескольких фестивальных дней проводятся разнообразные мероприятия. В них принимают участие горожане и гости города всех возрастов и различных национальностей. Сегодня трудно представить себе «Самотлорские ночи» без традиционных праздников, имеющих многолетнюю историю: праздника Дружбы народов, где выплескивается разноцветный многонациональный хоровод, татаро-башкирского праздника «Сабантуй» на Комсомольском озере, фестиваля самодеятельных умельцев, игры на народных инструментов «Вартовский яр». На улице Пионерской ежегодно располагается выставка – продажа декоративно-прикладного творчества «Город мастеров», привлекающий гостей сказочным богатством творений умельцев севера и России. Веселым смехом заливаются детский праздник, а фестиваль детских колясок поражает буйством фантазии юных изобретателей и их родителей. В дни фестиваля играют традиционные «самотлорские свадьбы» – молодоженов приветствует город на празднике «Крепка семья – крепка держава». Наряду с традиционными мероприятиями, в фестивальное движение вливаются новые праздники, театрализованные представления, игровые программы: Славянский праздник, фестиваль молодежных культур «Мы молоды», концерт классической музыки «Ночь светла», праздничное шествие молодежи и акция «Под парусом надежды и добра» и т.д. Нашел свое место в программе праздника и межрегиональный культурно-туристский форум «Самотлорские встречи», не забыто и 50-летие Самотлора. Не перечислить всех фестивальных событий. В эти дни импровизированные концертные площадки города принимают огромное количество артистов. Заканчивается фестиваль торжественной церемонией закрытия на стадионе «Центральный». Музы творчества возвращают Главе города символический ключ от города. Необыкновенно красивым шествием с горожанами простится королева «Самотлорских ночей», которая погасит огонь фестиваля [3].

Безусловно, данное мероприятие станет основой для развития событийного туризма не только в городе Нижневартовске, но и в ХМАО-Югре.

Несмотря на то, что событийный туризм начал развиваться в стране недавно и занимает пока незначительную долю в структуре внутреннего турпотока России, сегодня мы имеем положительные примеры организации ярких событийных мероприятий на региональном и муниципальном уровнях. Однако, данные событийные мероприятия пока сложно отнести к конкурентоспособным на национальном и мировом уровне.

Для того чтобы событийный туризм развивался в ХМАО-Югре, необходимо: дополнить региональные целевые программы развития туризма, предусматривать в рамках программ субсидирование строительства туристской инфраструктуры, которая направлена также и на развитие событийного туризма. Способствовать созданию условий для разработки новых продуктов событийного туризма с учетом исторических и этнокультурных особенностей ХМАО-Югры, расширению спектра туристских услуг для различных групп туристов, а также интегрированного турпродукта совместно с другими российскими регионами. Оказывать содействие в разработке инвестиционных проектов с области событийного туризма, создании благоприятного климата для инвесторов. Продолжать развивать стратегию эффективного продвижения турпродукта, сформированного на базе событийного туризма.

Управления по туризму ХМАО-Югры в целях продвижения событийных мероприятий формирует по данным, представленным региональными органами власти в сфере туризма, календарь туристских событий и ежемесячно публикует его на официальном сайте Управления по туризму ХМАО-Югры Туризм в Югре [www.tourism.admhmao.ru](http://www.tourism.admhmao.ru).

Процесс формирования, становления, развития и продвижения событийного туризма в качестве значимой отрасли территориальной специализации в настоящее время невозможен без координации усилий органов государственной власти всех уровней, бизнес-сообщества и науки.

#### Литература

1. Загорин Н.Д. Методологические аспекты анализа экономической эффективности туристской отрасли // Проблемы современной экономики. 2005. № 3-4 (15/16). С. 324–328.
2. Ильина Е.Н. Туроперейтинг: организация деятельности: Учебник. – М.: Финансы и статистика, 2007. – 256.: ил.
3. <http://samotlorfest.ru>
4. <http://sokolov33.ru/index.php/vid-tirizm/80-sobytijnyj-turizm>
5. [www.depeconom.admhmao.ru](http://www.depeconom.admhmao.ru) (Департамент экономического развития ХМАО-Югры).

## НЕКОТОРЫЕ АСПЕКТЫ СПОРТИВНОГО ТУРИЗМА

Спортивный туризм – относительно молодое явление в отечественной истории становления туристского движения, возникшее в конце XIX века. Туристско-спортивная деятельность в России того времени не смогла приобрести массового характера, являя собой лишь занятие для относительно узкого круга людей. Связывалось это с целым рядом причин: экономических, психологических и т.д. Искусственно создаваемые трудности на занятия спортом (в том числе и туризмом) также мешали его развитию.

В начале 80 годов XIX века в России было организовано общество туристов-циклитов, воплощавшее собой первое спортивное общество любителей велосипедного туризма. Члены клуба совершали первые велопутешествия по России, а затем и за рубежом. Появляются и другие организации по спортивному туризму в это время среди них: «Альпийский клуб» в Тбилиси (1877), «Предприятие для общественных путешествий во все страны света» в Петербурге (1885), «Крымский горный клуб» в Одессе (1890) с филиалами в Ялте и Севастополе (позднее – «Крымско-Кавказский горный клуб»), «Русский тюринг-клуб» (общество велосипедистов) в Петербурге (1895) с отделениями в Москве, Киеве, Риге и др. В 1901 г. «тюринг-клуб» был трансформирован в Российское общество туристов (РОТ), которое явилось крупнейшим туристским объединением в стране – к 1914 г. около 5 тыс. членов насчитывалось в его рядах.

Существует большое количество трактовок термина «спортивный туризм». Однако все они сводятся непосредственно к одному – это – вид спорта, заключающийся в соревнованиях на маршрутах (спортивный поход), которые включают преодоление категорированных по трудности препятствий в природной среде и на искусственном рельефе.

В развитии туризма к середине 30-х годов XX века выделялись два самостоятельных направления – туристско-экскурсионный и самодеятельный. В это же время начали формироваться секции туризма в добровольных спортивных обществах и коллективах физкультуры. Спорткомитетом 26.03.1939г. был введен значок «Турист СССР», в 1940 г. учреждено звание инструктора по туризму.

Спортивному туризму, наряду с другими видами спорта, включенному в единую всероссийскую спортивную классификацию, свойственен такой характерный признак различных видов спорта, как соревновательная деятельность, позволяющая присваивать спортивные звания и разряды, непосредственно основываясь на человеческих возможностях.

Нормативно-правовая база, связанная с организацией и проведением спортивных походов, туристских соревнований и других мероприятий достаточно хорошо развита в спортивном туризме. Спортивный туризм, включая в себя характерные особенности разных видов туризма, может быть: по уровню доступности – социальным, по форме организации – самодеятельным, по физической нагрузке – активным, по составу участников – групповым.

Развитие и повышение уровня знаний, умений, навыков преодоления естественных препятствий различных форм природного рельефа являет собой основной мотив для занятий спортивным туризмом. Основным результатом занятий становится спортивное совершенствование в самом широком смысле слова, включая физическое и духовное.

С социальной точки зрения понимание назначения спортивного туризма, выработанное десятилетиями, в настоящее время ассоциируется с:

- эффективными средствами жизнеобеспечения человека;
- эстетическими и морально-волевыми аспектами воспитания;
- познанием истории и современности, культур и обычаев местного населения;
- заботливым отношением к природе и уважением к национальным традициям.

Нужно отметить, что в последнее десятилетие обозначены новые подходы в толковании сути термина «спортивный туризм». Первый из них основывается на том, что спортивный туризм может быть отнесен к городскому туризму (поскольку реализуем внутри одного города и включает в себя виды активной деятельности, непосредственно осуществляемые туристами во время их пребывания в городе). Второй подход основывается на взаимодействии спортивного и «событийного туризма», включающего все виды массовых спортивных мероприятий и спортивных соревнований разных уровней. Третий подход, выделяя спортивный туризм в самостоятельное направление, классифици-

рует его в зависимости от цели путешествия – на активный и пассивный. Первый в качестве основной мотивации туриста актуализирует внимание на готовности заниматься любым видом спорта. Во втором – цель путешествия сконцентрирована непосредственно на посещении спортивных соревнований в качестве зрителя. Специфическую разновидность спортивного туризма – фан-туризм, отмечаемую зарубежными специалистами, представляют собой поездки фанатов той или иной спортивной команды в места спортивных соревнований с ее участием.

Группа, состоящая из обычных людей (непрофессиональных спортсменов), стремящихся заниматься во время путешествия выбранным видом спорта и поручающих их организацию турфирмам, предстает основным потребителем спортивного туризма.

Спортсмены-походники, достаточно редко обращаясь к услугам профессиональных организаторов путешествий, предпочитают самостоятельно все устраивать, в связи с чем, достаточно часто со стороны многих исследователей называются «самодеятельными туристами». Но все же существует определенный сегмент спортивно-походных туров, организуемых для широкого круга потребителей, профессиональными турфирмами.

Существует несколько основных разновидностей спортивного туризма:

Горный туризм, специализирующийся на пеших походах в условиях высокогорья, в качестве главной цели рассматривает прохождение горных перевалов, восхождение на вершины, траверсы горных хребтов. Горный туризм всегда основывается на определенном наборе препятствий и экстремальных ситуаций, причем с каждой категорией сложности увеличивается и риск.

Водный туризм, или сплав по рекам предстает занятием, известным человеку с незапамятных времен. По рекам с развитием цивилизации рафтеры сплавляли лес, золотоискатели и геологи переправлялись по горным водам на различных плавательных средствах.

Водный туризм – это водные походы по водоемам (рекам, озерам, водохранилищам и т.п.) на туристских судах. Рафтинг, каякинг, сплавы на различных водных судах – плотах, катамаранах, байдарках, каноэ относятся к основным видам водного туризма. Непосредственно в России самым распространенным плавательным средством в водном туризме по-прежнему остается байдарка. За ней следует катамаран. Каяк стал одним из популярнейших индивидуальных средств для передвижения на воде, который достаточно активно используется для проведения тренировок, соревнований, походов любой категории сложности. Рафты, или большие надувные лодки с продырявленным днищем для слива воды являют собой более солидные модели судов для водного туризма.

Лыжный туризм, предлагающий передвижение на маршруте непосредственно с помощью лыж, основное внимание акцентирует на необходимости преодоления рельефно-ландшафтных препятствий по снежному и снежно-ледовому покрову. Для более высоких категорий сложности разработаны походы и в суровых климатических зонах, и по горной местности. Традиционно, лыжные походы, начинаясь с началом ноябрьских праздников, продолжаются вплоть до мая. Некатегоризированные походы и походы первой категории сложности доступны для всех стремящихся испытать свои силы в новом для себя увлечении. Походы пятой и шестой категорий сложности отнесены к спорту высших достижений. Походы второй, третьей, четвертой категорий представляют собой непосредственно ступени на пути к вершинам туристского мастерства, как для руководителей, так и для участников. Ежегодно по всем видам туризма проводятся всероссийские чемпионаты.

Спелеотуризм специализируется на путешествиях по подземным полостям (пещерам, системам пещер, в том числе частично затопленным водой). Преодоление структурных препятствий, которые встречаются в пещерах, рассматривается в качестве главной цели. По степени сложности и направленности спелеотуризм может быть классифицирован на экскурсионно-познавательный, спортивный, научно-исследовательский. Самый несложный и безопасный из них являет собой посещение специально обустроенных для экскурсионного показа пещер. Показ проводится квалифицированными экскурсоводами для всех желающих, в том числе и без какой-либо подготовки. Спортсменами-спелеологами востребованы в основном необорудованные, но в той или иной мере изученные пещеры. Группы хорошо физически подготовленных людей под руководством профессиональных инструкторов посещают в основном такие относительно безопасные пещеры. Поиск и исследование новых пещер и пещерных комплексов являет собой по-настоящему экстремальный спелеотуризм, зачастую требующий специального оборудования, подготовки и особых навыков. Как правило, такие путешествия проводятся непосредственно профессиональными спелеологами с научно-исследовательскими целями.

Прохождение маршрутов, включающих общетуристические и специфические для велотуризма объекты экскурсионного характера, рассматривается в качестве основной задачи для велотуризма. Сложность таких походов может колебаться от простой до крайне высокой. Маршруты проектируют-



ся так, чтобы могли быть использованы преимущества, даваемые велосипедами для более быстрого передвижения по маршруту. Главные отличия таких велопоходов от спортивного велотуризма, сосредоточенного на получении спортивного разряда и звания, заключаются в отказе от целенаправленного усложнения трассы, деления походов по категориям сложности и совмещения спортивной составляющей похода с осмотром достопримечательностей культурного и природного характера. Среди всех видов активного отдыха, велосипедный туризм явился лидером по скорости передвижения и протяженности маршрутов.

Путешествия на судах под парусом по морю или акваториям больших озер, предполагающие выполнение плана похода судна в соответствии с правилами плавания во внутренних водах и в открытом море, свойственны парусному туризму.

Автомобилотуризм основывается на походах по избранному маршруту на автомобилях и мотоциклах личного пользования. Главной целью, как и в других видах, остается непосредственно преодоление рельефно-ландшафтных препятствий на достаточно протяженном маршруте в сложных условиях, как правило, в горной или сложной по климату и рельефу сильнопересеченной местности.

Еще один, ставший достаточно популярным видом туризма, является конный туризм. Он предполагает использование животных (лошадей, пони, ослов, верблюдов, собак, оленей, слонов и т.п.) верхом или в упряжи в качестве средства передвижения. По продолжительности конные маршруты могут быть от одного часа до нескольких дней. Возможность везти снаряжение и продукты в переметных сумках, закрепленных к седлу лошади или на вьючной лошади, стало главной особенностью конного туризма.

С развитием общества формируются и новые виды туризма. При этом часть из них, отделяясь от туризма, превращается в самостоятельный вид спорта, в то же время, спортивный туризм, вбирая в себя элементы других видов спорта, совершенствует содержание и технику туристских походов и путешествий. На современном этапе помимо спортивного туризма, в Единую всероссийскую спортивную классификацию вошли виды спорта неотделимые от спортивного туризма, но исторически сформировавшиеся как узкоспециализированные виды – скалолазание (ледолазание), спортивное ориентирование, спортивное туристское многоборье (в детско-юношеском туризме), альпинизм.

В развитии спортивного туризма отмечается комплексный эффект – популярность одних видов туризма расширяет границы для развития других видов.

УДК 379.85

*Е.Д. Романова, студент*

*А.А. Никифорова, канд. культурологии, ст. преподаватель  
г. Нижневартовск, Нижневартовский государственный университет*

## **ИСТОРИЯ РАЗВИТИЯ ГАСТРОНОМИЧЕСКОГО ТУРИЗМА**

Как самостоятельное направление туризма гастрономический (кулинарный) туризм начал развиваться относительно недавно. Но за короткий промежуток времени стал довольно популярным видом туризма. На данный момент в современной туризмологии нет единого терминологического определения этого вида туризма. Довольно распространенной считается точка зрения Д. Басюка, который считает наиболее исчерпывающим понятие гастрономический туризм, которое является производным от термина гастрономия (с греческого γαστήρ – желудок) – науки, изучающей связь между питанием и культурой и относящейся к области социальных дисциплин. Тогда как кулинария (лат. Culīnā-кухня) является деятельностью, связанной с приготовлением пищи, включающей комплекс технологий, оборудования и рецептов и представляющей собой часть гастрономии.

1998 год считается начальным этапом становления гастрономического туризма. В этом году доцент кафедры народной культуры в государственном университете Bowling Green (Боулинг Грин, США) Люси Лонг ввела в обращение термин «кулинарный туризм». Поэтому часто гастрономический туризм называют еще и кулинарным туризмом.

В 2001 году была написана первая статья о кулинарном туризме в мире Эриком Вульфом, позднее он развил эту тему в первой книге Международной организации кулинарного туризма, где подтвердил растущий интерес к еде и винному туризму. В 2003 году Эрик Вульф стал основателем

Международной ассоциации гастрономического туризма (The International Culinary Tourism Association), президентом которой он является на данный момент.

Эрик Вульф дал следующее определение: «Гастрономический туризм – это поиск и наслаждение уникальной, незабываемой едой и напитками как на другом конце Земли, так и на соседней улице. Ведь кроме путешествий по своей стране или всему миру, мы также можем стать гастрономическими туристами в своем регионе, городе или даже районе. «Путешествие» предполагает даже поездки по своему городу, а не только по своему региону, стране или даже планете. Расстояние, которое мы преодолеваем, не так важно, как сам факт того, что мы постоянно находимся в движении. Таким образом, все мы «путешественники» и все мы «едоки», а стало быть, все мы можем считаться гастрономическими туристами»

В 2006 году был создан международный институт кулинарного туризма, курирующий образовательные и учебные компоненты программ международной ассоциации гастрономического туризма. Развитие культурного туризма привело к образованию туристических фирм, специализирующихся на международном гастрономическом туризме. Международная ассоциация культурного туризма впервые появилась в США, но первопроходцами генерирования идей гастрономических туров считаются итальянцы, которые совместили налаживание торговых и технологических производств с привлечением туристов под знаком вкусной и здоровой пищи.

Ещё одной организации, ведущей большую деятельность в данной сфере, является World Food Travel Association, которая занимает сегодня лидирующие позиции на рынке продовольственного туризма. Согласно этой организации гастрономический туризм представляет собой получение уникальных и запоминающихся впечатлений от еды и напитков.

Так же совсем недавно 12 января 2015 г. в России появилась Ассоциация гастрономического туризма. На сегодня это единственная организация, профессионально развивающая в России гастрономический туризм как новое и перспективное направления. Эта организация обладает передовыми технологиями инструментами для развития продвижения локальных продуктов, еды и напитков, местного туризма и индустрии гостеприимства. Также выступает в качестве центрального узла, поддерживающего создание и развитие успешного и прибыльного бизнеса, защищая и поощряя локальные кулинарные и гастрономические культуры по всей России. В настоящее время Ассоциация гастрономического туризма в России поддерживает и связывает между собой 19 секторов экономики, развивает малый и средний бизнес в индустрии гостеприимства, а также работает над туристической привлекательностью сел, городов и регионов.

Целью гастрономического туризма является ознакомление с особенностями национальной кухни страны, приготовление различных блюд, а так же обучение и повышение уровня профессиональных знаний.

Распространение роли продуктов питания как формы потребления вместе с глобальными процессами на мировом рынке привели к тому, что кухни мира вместе с ассортиментом продуктов и блюд стали более доступными. Такое стремительное развитие обусловило увеличение интереса к коренной и уникальной еде, пищевым продуктам и кулинарным дестинациям настолько, что все больше людей выбирают путешествия с целью попробовать местную кухню или блюда «звездного» местного шеф – повара.

Гастрономический туризм широко зарекомендовал себя доходной статьей государственной экономики. После чего все страны взялись за его развитие. Так, например, Швеция стала позиционировать себя как один из центров гастрономического туризма, в том числе эта страна начала формирование своего гастрономического бренда с помощью инновационного проекта «Швеция – новая кулинарная нация». Безусловно, сильнейшими мировыми гастрономическими брендами на данный момент обладают и другие страны, такие как Франция, Италия и Испания за которыми исторически сложилась и укрепилась репутация гастрономических центров Европы. Так, например, во Франции вы можете не только насладиться изысканными блюда, но и посетить Французскую академию кулинарного искусства «La Cordon Bleu», которая предоставит вам возможность научиться готовить национальные блюда. А в Италии вам предоставят возможность посетить небольшие винодельи, экскурсии по винодельням проводят сами хозяева и гид – официальный сомелье. Так же вы сможете устроить настоящие пиршества в крошечных семейных ресторанах, где хозяева поделятся с вами рецептами. В Испании можно насладиться уникальной местной рецептурой, познать особенности кухни, почувствовать культуру народа. Кроме того вам будет предложена экскурсия по виноградным плантациям, дегустация, посещение старинных виноделен и погребов, национальных ресторанов, где можно лично познакомиться с виноделами, узнать культуру, технологию и прикоснуться к вековым традициям производства знаменитых испанских вин.

Уникальной отличительной чертой данного вида туризма является, то, что условия для развития кулинарного туризма имеет абсолютно все страны. Также гастрономический туризм не носит характер сезонного отдыха, что является выгодной составляющей с экономической точки зрения. Все чаще кулинарный туризм является составляющим элементом всех туров. Знакомство с национальной кухней становится главным мотивом и целью гастрономического путешествия. В свою очередь продвижение местных хозяйств и производителей продовольственных товаров – становится неотъемлемой частью любого гастрономического тура.

Отправляясь в гастрономический тур туристам необходимо заранее определиться с концепцией поездки. Так как имеется возможность не просто поехать в страну, славящуюся вековыми кулинарными традициями и познакомиться с её национальными блюдами, но и посетить необычные гастрономические фестивали, которые периодически проводятся в самых разных уголках планеты.

Также туристам необходимо знать, что гастрономический туризм делится на несколько видов. Они могут отправиться в городской гастротур, который будет включать в себя посещение кафе и ресторанов традиционной кухни, фабрик и цехов, где из выпускаемой продукции готовится деликатесное блюдо.

Либо же отправиться в так называемые «зелёные» туры. Особенность этого тура заключается в том что, турист отправляется в сельскую местность, где он сможет попробовать экологически чистый продукт, без каких-либо добавок. Такие туры дают возможность через еду и продукты окунуться в повседневную жизнь местных людей, узнать их привычки, обычаи, порядки и прочие тонкости, подчас удивительные и непонятные представителям другого языка и культуры.

Наибольшей популярностью среди кулинарных маршрутов пользуются такие страны, как Япония, Китай, Италия, Испания, Франция, Тайланд. Эти страны готовы поражать кулинарными изысками. К примеру, полакомиться вкусным сыром вы сможете в Швейцарию, Голландию или Италию. Вкусным вином вас могут удивить во Франции, Молдове, Испании, Грузии, Италии. А если вы являетесь любителем роллов, то вы сможете отправиться в тур по Японии. Любители сладкого могут смело отправляться на шоколадные фабрики Франции или Австралии.

Сегодня именно гастрономический туризм стал одной из самых быстро развивающихся инновационных сфер туризма. Люди ищут в путешествиях опыт, основанный на региональных особенностях и культуре. Гастрономический туризм также можно рассматривать как ветвь туризма, направленную на развитие и продвижение еды и напитков как объектов привлечения туристов.

Интересен и тот факт, что в последнее время годы гастрономия стала неотъемлемой частью знакомства с той или иной территорией, с её культурой и стилем жизни. Даже появился специальный термин «гастрономический бренд», являющийся очень сильным «магнитом» для туристов. Привлекательные кулинарные образы связаны с крайне приятными ощущениями, поэтому они легко запоминаются и зачастую становятся причиной возвращения в определенный регион снова и снова. Национальная кухня является способом знакомства с местной культурой, отражает характер и менталитет местного населения.

Гастрономия включает в себя все традиционные ценности, ассоциируемые с новыми трендами в туризме: уважение к культуре и традициям, к здоровому образу жизни, к новому опыту.

Гастрономический туризм – это знакомство с традиционной кухней той или иной местности, доступное для любого туриста, а не только удел избранных. А поскольку наслаждение вкусом пищи доступно куда большему количеству людей, чем истинное удовольствие от созерцания красот архитектуры, изобразительного искусства и даже природы, то создание сильного гастрономического бренда, безусловно, становится серьезным фактором увеличения притока туристов. Кулинария может стать основным мотивом выбора направления путешествия.

Благодаря наличию гастрономических брендов, (пармская ветчина, итальянская паста, греческая мусака и др.), территория получает дополнительную известность, а брендовые продукты становятся неотъемлемой частью имиджа конкретной местности.

Среди основных составляющих гастрономического бренда можно назвать:

- хорошо развитую сферу гастрономии;
- энергичное гастрономическое сообщество с традиционными ресторанами и поварами;
- местные ингредиенты, используемые в традиционной кухне;
- местное ноу-хау в кулинарии;
- традиционные продовольственные рынки и пищевую промышленность;
- гастрономические фестивали, награды, конкурсы;
- уважение к окружающей среде;
- продвижение гастрономии в образовательные учреждения.

Вместе с тем в гастрономическом брендинге не может быть пресных и анонимных продуктов – они должны обладать индивидуальностью, иначе бренд станет уязвимым и децентрализованным. Таким образом, очень важно определить традиционные и природные ресурсы, которые будут превращены в туристские продукты, которые смогут ассоциироваться с тем или иным регионом.

Следует отметить, что практически любая страна имеет потенциал для развития у себя гастро-туризма, ведь в каждой стране своя неповторимая национальная кухня, свои традиции гостеприимства. Также этот вид туризма способствует социально-экономическому развитию страны, включая создание дополнительных рабочих мест.

В России такой вид туризма зародился совсем недавно, но уже стремительно развивается. Спрос на гастрономический туризм растёт, так как туристы ищут новые впечатления. Отправляясь в гастро-тур, появляется возможность не только попробовать изысканные деликатесы и окунуться в кулинарную культуру народов, но и узнать историю возникновения блюда и даже научиться его готовить.

#### Литература

1. Александрова А.Ю. Международный туризм: учебник для вузов. М.: Норма, 2008.
2. Смаль И.В. География туризма и рекреация: Словарь-справочник. М.: Учебная книга-Богдан, 2010.

УДК 338.48

**В.В. Савицкая, магистрант**

*Научный руководитель: О.Ю. Шахова, канд. культурологии, доцент  
г. Нижневартовск, Нижневартовский государственный университет*

### СОЦИАЛЬНЫЙ КОМПОНЕНТ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ СФЕРЫ РЕКРЕАЦИИ И ТУРИЗМА В КОНТЕКСТЕ ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ

Исключительное значение рекреации и туризма заключается в том, что они играют мощную экономическую и не менее важную социальную функцию в жизни общества. В условиях рыночной экономики рекреационно-туристическая сфера обеспечивает интенсивное использование трудовых и природных ресурсов, создает основы для повышения уровня экономического развития территории.

Рекреация и туризм является сферой обеспечения гибких форм занятости населения, поэтому в результате их развития уменьшается безработица и социальное напряжение в обществе. Вследствие влияния на здоровье снижается уровень заболеваемости, повышается жизненный тонус работающих, что в целом увеличивает общий фонд рабочего времени. Кроме того, рекреация и туризм является специфической формой хозяйственной деятельности, которая удовлетворяет спрос на оздоровительные и туристские услуги, а также влияет на интенсивность других отраслей (легкой промышленности, сельского хозяйства, народных промыслов и т.д.).

Таким образом, в условиях рыночных отношений туристско-рекреационная сфера выполняет ряд экономических функций: развитие экономики городов, регионов и отраслей всей страны; обеспечение занятости населения за счет рекреационного и туристского обслуживания; развитие смежных отраслей; влияние на доходы населения, структуру и объемы платежного баланса поступления валюты от иностранного туризма в государственный и местные бюджеты.

Развитие туризма является не только важным фактором экономического развития страны, но и социального, культурно-духовного. Рекреационное и туристское освоение предполагает приспособление территории для определенных видов рекреационных занятий, предоставления туристских услуг и их комбинаций [1]. Именно рекреация и туризм могут стать определяющими для эффективной реализации концепции устойчивого развития, которая направлена не только на экономический рост, но и социальный прогресс, охрану окружающей среды, гуманистическое, этическое и культурное развитие в целом. Поэтому сфера рекреации и туризма как сложное общественное явление требует научного осмысления и в контексте исследования ее социального измерения.

Рекреацию и туризм, которые являются социальными явлениями, можно рассматривать как социальную практику, сферу отдыха и досуга, форму потребления, культурный феномен. Кроме того, они непосредственно связаны с окружающей средой. В этом ракурсе рекреация и туризм могут исследоваться в различных областях научных знаний. Именно поэтому их социальное измерение требует

ет углубленного подхода, который реализуется через уточнение положений относительно социального влияния, социальной результативности рекреации и туризма.

Туризм как вид рекреации, активного отдыха способствует укреплению здоровья человека, восстановлению его работоспособности и, таким образом, через восстановление рабочей силы – повышению производительности общественного труда. В конце 20 – начале 30-х гг. отдельные зарубежные компании обратили внимание на возможность улучшить производительность труда сотрудников за счет предоставления им бесплатных туристических поездок. В результате возник так называемый инсентив-туризм (поощрительный), который сейчас получил популярность и в России.

Достаточно часто по разным причинам процесс восстановления жизненных сил человека носит традиционно пассивный характер и связан он с представлением о спокойствии в домашних условиях как лучшей форме отдыха. Не отрицая необходимость пассивного отдыха, отметим, что только такая форма восстановления может привести к негативным последствиям: ухудшению здоровья, росту взаимосвязанных физических и психических заболеваний и их переходу в хронические формы. Это обуславливает как ухудшением состояния окружающей среды, так и изменением характера жизнедеятельности населения в созданном дисбалансе между характером затраты сил человека и их восстановлением. В этих условиях процесс воспроизводства полноценной работоспособности может быть обеспечен в результате увеличения потребления рекреационных услуг. Именно медико-биологическая функция является базовой, фундаментальной в развитии сферы рекреации и туризма, поскольку ориентирована на лечение и оздоровление населения на основе бальнеологических, климатических и микроклиматических ресурсов, психокомфортной природной среды.

Весомым влиянием рекреации и туризма на восстановление здоровья человека не ограничивается его социальное значение для развития общества. Социальные последствия, результаты функционирования этой сферы раскрываются через широкий круг социальных эффектов, которые обобщенно заключаются в развитии личности человека, восстановлении здоровья населения, улучшении социальных аспектов экономического развития (увеличение занятости, доходов, экономики и ВВП и т.д.).

Под влиянием научно-технического прогресса происходит постепенное увеличение свободного времени населения, которое может и должно использоваться на личное развитие. В частности, познавательный эффект проявляется через развитие личности на основе знакомства с историческими, этнографическими, природными достопримечательностями и традициями. Эта функция является фундаментальной для развития человека и общества в целом.

Под эстетическим эффектом рекреации и туризма понимают возможность любоваться красотой природы, произведениями архитекторов, скульпторов, художников. Эстетическое развитие личности тесно связано с воздействием на ее эмоционально-психологическое состояние, ведь оно позволяет снять напряжение и усталость после тяжелого труда, получить положительные эмоции от встреч с людьми, впечатлений от туристических объектов или преодоления препятствий в спортивных или активных туристических путешествиях.

Творческо-стимулирующее влияние реализуется в том, что участники туристических путешествий выходят за рамки стереотипного существования, отвлекаются от бытовых мелочей, концентрируются на решении новых проблем. За несколько тысяч лет организованных путешествий накопилось огромное количество проявлений творчества, прежде всего, это научные открытия, художественные, документальные и научно-популярные произведения; изобретение специального снаряжения, одежды, обуви, транспортных средств, продуктов питания для различных видов туризма; новых средств и методов обучения участников активных и спортивных путешествий.

Некоторые зарубежные специалисты и исследователи выделяют такое влияние рекреации и туризма, как холистический, согласно которому эта сфера является средством получения удовольствия, создания атмосферы праздника среди обычной жизни, и поведенческий, когда рекреация и туризм трактуется как сфера удовлетворения определенных человеческих потребностей [2].

Социокультурное влияние проявляется как в отношении туристов и рекреантов, так и населения территорий, которые принимают. Интерес к истории и культуре местности вызывает у местного населения потребность в познании собственных исторических корней, культуры коренных народов. Любопытство, которое проявляют туристы и рекреанты к культурному наследию страны, вызывает у жителей чувство гордости, желание сохранить национальные традиции и ремесла. Кроме того, действует сугубо прагматическая необходимость готовить экскурсионные материалы, поддерживать памятники в надлежащем состоянии, что способствует сохранению культурного и исторического наследия.

Бесспорным является также воспитательный контекст, который предусматривает знакомство с историей, природой и культурой других стран или регионов и расширяет кругозор человека, углубля-

ет его эстетическое восприятие художественных и природных ценностей. Особую роль туризм и рекреация играют в воспитании подрастающего поколения. Интересные маршруты, содержательная экскурсионная программа способствует формированию мировоззрения ребенка, его моральных качеств. Например, в Японии школьники организовано совершают путешествия по своей стране, что не только обогащает их знания, но и воспитывает любовь к Родине.

Социально-коммуникативное воздействие туризма и рекреации определяется как возможность участников путешествий или оздоровления общаться друг с другом в неформальной среде без производственной субординации, учета социального статуса, возраста, национальности, гражданства и других признаков, которые различают людей в рабочей атмосфере. Впечатления от конкретного путешествия чаще всего связаны с общением с новыми людьми. Рекреация и туризм способствуют взаимопознанию наций, установлению культурно-экономических связей между народами и, как следствие, развитию сотрудничества между государствами, улучшению международной ситуации в целом.

Спортивное значение исследуемой сферы заключается в приобщении отдыхающих к наиболее действенным средствам и методам физического воспитания. Туризм и рекреация имеют все необходимые компоненты здоровья: общение с природой, изменение среды, психологическая разгрузка, физическая активность. Спорт как элемент туризма или рекреации прост в организации, доступен людям всех возрастов. По сути, туризм является естественным видом спорта.

Оздоровительно-рекреационный эффект рекреации и туризма, как правило, определяется как воспроизводственный или репродуктивный. Он позволяет восстанавливать силы и внутренние резервы человека, потраченные как в процессе трудовой деятельности, так и при выполнении текущих бытовых обязанностей. С точки зрения туриста или рекреанта, как потребителя, именно эта функция является приоритетным проявлением рекреации и туризма. Причем оздоровительный эффект дифференцируется на лечебный, который известен с древних времен, и профилактический, характерный для большинства современных видов отдыха и туризма. Сфера санаторно-курортного оздоровления, отдыха и туризма населения способствует повышению качества его жизни и человеческого развития в целом [3]. Подтверждением весомой роли этой сферы в обеспечении жизненных сил человека является то, что благодаря рекреации и туризму достигаются социально значимые цели, определенные Программой развития ООН как Цели развития тысячелетия на 2016–2030 гг. [4].

Таким образом, реализация социальной функции сферы рекреации и туризма напрямую влияет на обеспечение устойчивого развития в стране. Она не только является важным фактором поддержания хорошего здоровья и улучшения показателей качества и продолжительности жизни, а, при правильном и эффективном управлении, может способствовать экологическому развитию в процессе туристической и рекреационной деятельности. Это связано с тем, что туристско-рекреационные предложения в значительной степени базируются на естественно-климатических ресурсах и зависят от экологической ситуации в стране. Именно качество и экологичность окружающей среды может влиять на интенсивность рекреационной и туристской деятельности, поскольку для современных туристов и рекреантов качество окружающей среды и экологическая безопасность – важнейшие критерии принятия решения о путешествии.

Туризм и рекреация может быть средством сохранения и восстановления природных ресурсов через организацию различных форм познавательной, воспитательной, природоохранной рекреационно-туристской деятельности. В этом проявляется их экологическая составляющая. Именно благодаря активизации туризма и рекреации повышается экологическое сознание населения конкретной местности, что является фактором устойчивого развития указанной сферы и общества в целом.

В свою очередь, очень важно для каждого государства и России, в частности, обеспечить такой способ развертывания рекреационно-туристической деятельности, который не будет вредить окружающей среде. В зоне постоянного внимания должны быть проблемы истощения и восстановления природных ресурсов, недопущения загрязнения окружающей среды, нерационального и хищнического использования редких рекреационных ресурсов.

Косвенное влияние рекреации и туризма на социальные параметры жизни населения не менее мощное, чем прямое. Оно может проявляться через улучшение показателей экономического развития страны: роста ВВП, доходов, занятости и т.д. Рост всех параметров экономической жизни населения является фундаментом улучшения его здоровья. Увеличение доходов в дальнейшем, в свою очередь, становится фактором ускоренного развития и сферы рекреации и туризма. Поэтому особенно актуальным и интересным является влияние рекреации и туризма на социальные показатели экономического развития, как отдельных территорий, так и страны в целом.

Для депрессивных, кризисных территорий рекреационно-туристская деятельность может стать мощным фактором развития, ведь она обеспечивает занятость населения, может в определенной мере

не потребовать больших инвестиций и, в целом, способствовать устойчивому развитию местности. По мнению экспертов Всемирной туристской организации, если в регионах с активной достаточно диверсифицированной экономикой туризм не имеет безусловного социально-экономического эффекта, то именно в кризисных регионах он является фактором социально-экономического развития, эффективным способом обеспечения занятости и сокращения бедности. Свидетельством этого является то, что в последние годы по многим основным показателям (экономический рост, поступления иностранной валюты, инвестиции и количество рабочих мест) динамика развития туризма была максимальной именно в кризисных и слаборазвитых регионах. Это во многом обусловлено тем, что в этих регионах туризм нередко является альтернативой другим формам деятельности, требующих или значительных инвестиций, или современных технологий, или специфических природных условий (например, для обеспечения эффективного сельского хозяйства, охоты и лесозаготовки и т.д.).

Современные тенденции развития рекреации и туризма показывают, что для их эффективного функционирования уже не всегда нужны только особые природные ресурсы (морские, бальнеологические и т.д.) или историко-культурные достопримечательности. Распространенными становятся и различные формы экотуризма, так называемого зеленого туризма и т.д., для которых основным ресурсом является чистый воздух и удаленность от городских поселений. Именно поэтому такие формы рекреационно-туристской деятельности, прежде всего, экотуризм, способны в сравнительно короткие сроки обеспечить ускорение социально-экономического развития.

Приведем, в целом, виды воздействия рекреации и туризма на обеспечение социально-экономического развития как отдельных территорий, так и страны. В масштабах государства рекреация и туризм может стать рычагом преодоления неравномерного экономического развития отдельных территорий, стимулируя его повышение в экономически слаборазвитых регионах, неблагоприятных для промышленного и аграрного производства. Развитие этой сферы будет способствовать занятости населения, уменьшению миграции больших городов и промышленных центров и даже может привести к обратному процессу – притоку населения из других регионов, что в значительной мере обусловлено теми социальными проявлениями, которые обеспечивают рекреация и туризм. Степень их влияния на экономическое развитие страны, в свою очередь, определяется уровнем вовлеченности страны в интеграционные и глобализационные процессы. В мировой экономике такие процессы способствуют росту деловой активности населения планеты и увеличению масштабов бизнес-туризма. Такие же явления, как осложнение формальностей на таможне, нестабильность финансовых показателей, забастовки, могут существенно сдерживать развитие туризма [3].

Экономический подъем страны, в свою очередь, становится мощным фактором развития туризма. Чем выше уровень жизни населения, тем больше оно может тратить на отдых, досуг и путешествия. Это подтверждается данными о развитых странах, граждане которых выделяют большие средства на туристические поездки. Если проанализировать доходы туристов западноевропейских государств, то по уровню достатка в туристском потоке почти во всех странах преобладает средний класс. Также широко представлена категория лиц выше среднего достатка, имеющих повышенные требования к комфорту и обслуживанию.

Одним из значимых процессов современности является ускорение урбанизации, увеличение численности городского населения, что приводит к усилению стрессовости жизни. Ограничивается количество контактов с близкими, люди все больше отдаляются от природы, живут в очень динамичном темпе и экологически неблагоприятной среде. Поэтому для городских жителей туризм (как краткий, так и долгосрочный) может стать способом нахождения и восстановления душевного равновесия.

Рост населения мегаполисов увеличивает численность одиноких людей, которых можно охарактеризовать высоким уровнем образования, стремлением к росту в профессиональной сфере, высокой мобильностью, повышенными требованиями к качеству жизни. Такие туристы являются одной из наиболее перспективных целевых групп туристской индустрии, характеризующихся стойким увеличением. Крупные туристские компании пытаются создавать для этой группы специализированные туристские продукты.

В современных условиях происходят изменения соотношения рабочего времени и того, которое выделяется на отдых. Рабочее время сокращается при одновременном повышении интенсивности труда, что также приводит к увеличению стрессовых ситуаций. Разнообразные и диверсифицированные формы отдыха и туризма становятся действенным способом поддержания и восстановления работоспособности человека. Увеличение продолжительности свободного времени находит проявление в следующих основных тенденциях в организации отдыха населения: во-первых, отпуск все чаще делится на несколько частей, становится менее длительным; во-вторых, соответственно, уменьшается продолжительность путешествий. Итак, поездки становятся менее длинными, но происходят чаще.

Достаточно интересно взаимосвязь туризма и демографической структуры населения. Масштабы туризма могут влиять на старение населения, увеличение возраста вступления в брак, долю людей вне брака, долю работающих женщин, возраст молодых матерей, численность семейных пар, не имеющих детей. Рост продолжительности жизни, как и уменьшение рождаемости, приводит к увеличению удельного веса пожилых людей в общей численности населения. Этот сегмент рынка очень важен для туристских фирм, особенно в развитых странах, где люди, вышедшие на пенсию, имеют огромный запас свободного времени и, как правило, достаточно высокую покупательную способность. Именно это побудило Всемирную туристскую организацию посвятить одну из своих конференций вопросу развития туристских услуг для лиц, так называемого, третьего возраста, в ходе которой разработаны рекомендации для представителей туристской сферы, а именно: усиление мер безопасности в программах для таких туристов; более высокий уровень медицинского обслуживания; введение в рацион туристов диетического питания; корректировка культурных мероприятий и физических нагрузок туристов в соответствии с их возрастом; предоставление наиболее четкой и полной информации об услугах. Несомненно, создание комфортных условий путешествия для лиц третьего возраста способствует тому, чтобы последние годы их жизни были интересными, насыщенными и длиннее.

Нельзя обойти вниманием значение туризма для женщин: их здоровье, обеспечение условий для занятости и бизнес-туризма. В современном мире увеличивается доля работающих женщин, которая непосредственно влияет на рождаемость. Многие представители женского пола стремятся сделать карьеру и, как следствие, откладывают на второй план брак и рождение детей, которое переносится на более поздний возраст. При этом предъявляются повышенные требования к здоровью женщин и их репродуктивной способности. С другой стороны, настрой на получение материальной независимости женщинами обуславливает рост численности представителей женского пола, задействованных в деловых поездках. Туристические компании стараются учитывать требования и этой группы потребителей.

Таким образом, рекреацию и туризм следует рассматривать как единую сферу, цель которой – восстановление здоровья и развитие жизненных сил человека. Рекреационно-туристская сфера представляет собой важную часть национальной экономики, объединяя разветвленную систему рекреационных и туристских учреждений, предприятий инфраструктуры и других смежных отраслей, имеющих тесные производственные и экономические связи, которые совместно используют ресурсы с целью удовлетворения разнообразных оздоровительных, познавательных, культурных и других потребностей населения. Эта сфера, как неотъемлемая часть образа жизни человека, должна стать в долгосрочной перспективе одним из определяющих факторов социально-экономического развития регионов и нашей страны, в целом.

#### Литература

1. Шахова О.Ю. Проблемы туристско-рекреационного освоения территории Ханты-Мансийского автономного округа – Югры // Инновационные технологии в науке и образовании : материалы IV Междунар. науч.-практ. конф. (Чебоксары, 18 дек. 2015 г.). Чебоксары: ЦНС «Интерактив плюс», 2015. № 4 (4). С. 455–456.
2. Понятие туризм и социальное влияние туризма. URL: <http://holm-forum.ru/turizm/opredelenie-turizma/ponyatieturizm-i-sotsial-noe-vliyanie-turizma.html> (дата обращения: 31.03.2017).
3. Даниленко Н.Н., Рубцова Н.В. Влияние социальных функций туризма на устойчивое развитие региона (на примере Прибайкалья) // Модернизация экономики региона. С. 47–53. URL: <http://izvestia.isea.ru/pdf.asp?id=15892> (дата обращения: 31.03.2017).
4. Преобразование нашего мира: Повестка дня в области устойчивого развития на период до 2030 года. ООН, 2015. 45 с.



## **СПЕЦИФИКА УПРАВЛЕНИЯ ЧЕЛОВЕЧЕСКИМИ РЕСУРСАМИ С ЦЕЛЬЮ ПОВЫШЕНИЯ ЛОЯЛЬНОСТИ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ УСЛУГ ТУРИСТСКОЙ ДЕСТИНАЦИИ**

На сегодняшний день управленческая деятельность на предприятии сферы туризма и гостеприимства не сводится только к управлению персоналом, но значительное внимание уделяется процессу управления человеческими ресурсами как основной ценностью любого предприятия, осуществляющего успешное стратегическое планирование в области подбора персонала и построения корпоративной культуры и системы лояльности среди потребителей.

То есть мы говорим о том, что процесс эффективного управления человеческими ресурсами компании связан с показателями результативности работы предприятия и процессом формирования пласта лояльных предприятию клиентов. Журавлев П.В. отождествляет понятия «рабочая сила», «кадры», «персонал» и «человеческие ресурсы» и определяет человеческие ресурсы в редакции «отношение к людям как к основному достоянию любой организации» [1, с. 8].

Существует достаточное количество трактовок понятия «человеческие ресурсы», среди которых преобладают, на наш взгляд, следующие:

1) Согласно Красноженовой Г.Ф., Симониной П.В. «человеческие ресурсы – понятие, отражающее главное богатство любого общества, процветание которого возможно при создании условий для производства, развития, использования этого ресурса с учетом интересов каждого человека» [2, с. 15].

2) Человеческие ресурсы представляют собой совокупность различных качеств людей, определяющих их трудоспособность к производству материальных и духовных благ, и являются обобщающим показателем развития общественного производства.

Данные трактовки, как и ряд других, на первый план ставят важность человеческих ресурсов как одного из основных факторов производства на сегодняшний день. Следует также отметить, что человеческие ресурсы как совокупность различных качеств людей, напрямую связаны с понятием интеллектуальный капитал. Индивидуальный интеллектуальный капитал реализуется как совокупность определенных качеств индивида, определяющих перспективу его профессиональной направленности, то есть набор качеств личности, которые в дальнейшем помогут ему реализовываться как профессионалу, используя и преумножая свой накопленный человеческий ресурс.

Индивидуальный интеллектуальный капитал индивида, выступая составной частью человеческого ресурса работника, реализуется не только в навыках и умениях, связанных с профессиональной деятельностью, но также и в личностных характеристиках индивида, а именно в характере, поведении, привычках, темпераменте и пр. Данный набор качеств напрямую влияет на профессиональную деятельность работника, обеспечивая определенный уровень коммуникации с клиентом. Соответственно, данный уровень межличностной коммуникации формирует у потребителя определенное отношение к предприятию, располагающемуся на территории туристской дестинации и предлагаемому им продукту.

Если сложившееся мнение отрицательное, то необходимо выяснить причину и попытаться в дальнейшем исправить данную ситуацию. Если же мнение положительное, то в данном случае мы можем говорить о формировании лояльных предприятию, а соответственно и туристской дестинации, клиентов. Процесс управления человеческими ресурсами, на наш взгляд, в значительной степени связан с повышением уровня лояльности клиентов предприятия, поскольку персонал в сфере туризма и гостеприимства напрямую взаимодействует с клиентами. Но, лояльность к дестинации формируется, на наш взгляд, через формирование лояльности к конкретному предприятию, то есть по совокупности мнений о туристской дестинации, которые сложились у туристов, посетивших данную дестинацию в определенный период времени.

На сегодняшний день, при относительном равенстве в материально-техническом оснащении предприятий сферы туризма и гостеприимства, единственным различием между товарами и услугами, предлагаемыми различными предприятиями туристских дестинаций, является качество обслуживания на предприятии. Именно это различие создает у клиента позитивный настрой и предрасположенность к повторному приобретению товара или услуги данной компании. Д. Шоул, основатель

компании Service Quality Institute, отмечает, что качественный сервис является эффективным инструментом продаж, он обеспечивает устойчивое конкурентное преимущество.

В свою очередь, представление о качественном обслуживании в сознании потребителя на сегодняшний день имеет достаточно разветвленную структуру. Оно включает в себя множество факторов, среди которых: выгодное месторасположение, широкий ассортимент товаров и услуг, лидерство в торговом сегменте, конкурентоспособные цены и пр.

Качественный сервис в масштабах туристской дестинации – концентрация всех имеющихся ресурсов, а также всего персонала организации на удовлетворение потребностей клиентов. Очевидной задачей сервиса является как сохранение уже имеющихся клиентов, так и привлечение новых с возможностью формирования в их сознании желания и потребности продолжать сотрудничество с организацией и рекомендовать ее своему окружению. В данном случае, мы можем отождествлять конкретное предприятие в контексте фирмы с туристской дестинацией как крупным предприятием, которое имеет в своем распоряжении какие-либо уникальные или более выгодные клиенту конкурентные товарные преимущества.

Итак, необходимо определиться с понятием «лояльность» клиентов. Существует множество определений, каждое из которых имеет право на существование и объединяет в себе сходные смысловые дефиниции:

1. Покупательскую лояльность можно определить как положительное отношение покупателя к тому или иному продукту, марке, магазину, услуге и т.д.;
2. Лояльность – это образно положительное отношение потребителей в отношении всего, что касается деятельности организации, продуктов и услуг, производимых, продаваемых или оказываемых организацией, персоналу компании, имиджу организации, торговым маркам, логотипу и т.д.;
3. Лояльность – приверженность марке;
4. Лояльность – это доверие + положительные эмоции.
5. Лояльность – это кредит доверия (допустимость ошибки). Этот кредит позволяет в случае временного ухудшения свойств не потерять конкретного потребителя.
6. Лояльность – положительное отношение к торговой марке, которое убеждает потребителя не только не отказываться от потребления продукта при единичных случаях брака, но и осуществлять целенаправленный поиск продукта при отсутствии его в магазине.

Исходя из вышеописанных определений, можно говорить о том, что основным компонентом лояльности потребителя является отношение, то есть нематериальный компонент [5].

Качество обслуживания потребителей на территории туристской дестинации зависит от постоянного мониторинга уровня удовлетворенности клиентов предоставляемыми услугами.

Компании, рассчитывающей на долгосрочную перспективу развития, необходимо заниматься не только измерением показателей своей работы, но также и иметь в приоритете процесс постоянного совершенствования уровня работы своего персонала, реализуя человеческий ресурс своих работников, транслируя его в профессиональную деятельность на предприятии.

Работа на повышение уровня лояльности потребителя крайне трудоёмка, поскольку она воздействует на чувственные компоненты личности потребителя.

Потребность в качестве выполняемых работ, обслуживания, не должна навязываться сотруднику, но должна воспитываться в сознании каждого сотрудника-профессионала в современном бизнесе [4, с. 411].

В современной науке, при всем многообразии факторов конкурентоспособности сервиса, различных определений этого понятия, данных Лозовским Л.Ш., Киперманом Г.Я., Перцовским Н.И., и классификации: по содержанию, по сфере проявления, по форме проявления, по времени действия, по ценности, по способу существования, по возможности оценки и т.д. мы можем утверждать, что качество работы с клиентами имеет прямую связь с лояльностью, дает туристской дестинации один из важнейших факторов конкурентоспособности, и устойчивое конкурентное преимущество [3, с. 51].

Далее, говоря о формировании системы лояльности среди потребителей услуг туристской дестинации, следует обратить внимание на очевидную связь между лояльностью и стандартизацией в сфере туризма и гостеприимства. Такая связь подразумевает, что формирование группы лояльных клиентов невозможно без обеспечения высокого качества обслуживания и предоставляемых услуг.

На сегодняшний день устанавливаются достаточно высокие требования к компетенциям специалистов туристской отрасли. Ростуризм, а также Министерство Культуры Российской Федерации ставят масштабные задачи, в том числе и в связи с проведением в нашей стране Чемпионата Мира-2018, а это, в свою очередь, повлечет за собой новые требования к персоналу предприятий туринду-

стрии. Таким образом, кадры становятся ключевой позицией, от которой зависит успех всех сегодняшних и грядущих больших начинаний в сфере туризма и гостеприимства.

В этой связи, необходима переориентация системы менеджмента на предприятиях сферы туризма, расположенных в пределах дестинации, в сторону формирования и эффективной реализации человеческого ресурса и потенциала, а также интегрирования его в деятельность туристской дестинации, сводя к минимуму использование и наем неквалифицированных работников лишь из расчета финансовой экономии. Подбор квалифицированных кадров также обеспечит туристской дестинации устойчивое конкурентное преимущество, которое повлечет за собой повышение уровня сервиса на территории.

То есть, определенный уровень обслуживания, характерный для различных групп клиентов (в зависимости, например, от национальности и ментальных особенностей), порождает, на наш взгляд, унифицированную систему стандартов, применяемых в обслуживании как конкретного целевого сегмента потребителей, так и всех потребителей, которые заинтересованы в услугах предприятия или дестинации. Эта особенность в последующем будет способствовать формированию устойчивой системы лояльности среди потребителей услуг дестинации.

В заключении хотелось бы отметить, что качество работы с клиентами, то есть специфика проявления в рабочем процессе человеческого ресурса как системообразующей категории профессиональной деятельности обязательно связана с внутренним миром индивида-потребителя, то есть специфика управления человеческими ресурсами с целью повышения лояльности потребителей услуг туристской дестинации состоит в формировании ментального восприятия услуги или товара независимо от его качества, то есть здесь имеет место быть психологическая работа менеджера по формированию у персонала определенного отношения к клиенту не как к источнику денег, но как к собеседнику, другу. Также наряду с вышеописанным необходимо проводить работу по обеспечению и контролю освоения персоналом профессиональных компетенций, необходимых для эффективного и качественного предоставления услуг потребителю.

Такая работа, на наш взгляд, должна проводиться постоянно, ведь как мы знаем – «постоянство – признак мастерства», а постоянство в сервисе и поддержание высоких стандартов обслуживания потребителей дестинации обязательно будет иметь отклик в душе потребителя.

#### **Литература**

1. Журавлев П.В. Управление человеческими ресурсами: опыт индустриально развитых стран. М.: Изд-во «Экзамен», 2002. С. 8.
2. Красноженова Г.Ф. Управление трудовыми ресурсами. М.: ИНФРА, 2008. С. 15.
3. Соколов А.М. Развитие системы управления конкурентоспособностью предприятий автосервиса: дис. ... канд. экон. наук. СПб., 2009. С. 51.
4. Юсупов А.Р. Лояльность клиентов как устойчивое конкурентное преимущество компании в сфере сервиса // Проблемы современной экономики. 2010. № 4. С. 411.
5. Программы лояльности. URL: <https://pointloyalty.wordpress.com/category/программы-лояльности>

**УДК 37.03:379.85**

***К.М. Сильченко, студент***

*Научный руководитель: З.А. Целищева, канд. культурологии, доцент  
г. Нижневартовск, Нижневартовский государственный университет*

## **РАЗВИТИЕ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫХ СПОСОБНОСТЕЙ У МОЛОДЁЖИ ПОСРЕДСТВОМ СПОРТИВНОГО ТУРИЗМА**

Развитие интеллектуальных способностей человека предполагает развитие его познавательных процессов: памяти, восприятия, мышления, воображения. Совокупность познавательных процессов человека определяет его интеллект.

«Интеллект – это глобальная способность действовать разумно, рационально мыслить и хорошо справляться с жизненными обстоятельствами» (Л.С. Выготский). Сегодня использование моделирования в обучении позволяет раскрыть два аспекта. Во-первых, моделирование служит тем методом познания, которым обучающиеся должны овладеть в результате учебы; во-вторых, моделирование является тем учебным действием и средством, без которого невозможно полное обучение [6, с. 132].

Следует отметить, что как научный метод моделирование известно давно. Разработке различных аспектов проблемы моделирования посвящены работы многих философов и представителей конкретных наук таких, как Н.М. Амосов, К.Е. Морозов, И.Б. Новик и др.

Особое значение приобретает моделирование как метод познания в тех случаях, когда эмпирическая картина изучаемого явления не полна, не выяснена в деталях [2, с. 36].

Исследователь К.Е. Морозов, обобщая различные определения, пришел к следующим кратким и вместе с тем общим формулировкам: «Под моделью понимается объект любой природы, который способен замещать исследовательский объект так, что его изучение дает новую информацию об этом объекте» [4, с. 89]. Под моделированием «понимается построение (или выбор) и изучение такого объекта».

Метод моделирования используется во многих науках, на всех этапах научного познания, он обладает огромной эвристической силой. Эвристическая сила этого метода определяется тем, что с его помощью удается свести изучение сложного к простому, невидимого и неосязаемого к видимому и осязаемому, незнакомого к знакомому, т.е. сделать любой, какой угодно, объект доступным для тщательного и всестороннего изучения.

Анализ вышеприведенных различных мнений авторов о самой дефиниции «моделирование» позволили более глубоко уяснить этимологию этого определения, выбрать структурно-функциональную модель как основу развития интеллектуальных способностей молодежи посредством спортивного туризма.

Итак, для начала необходимо изучить структуру процесса развития интеллектуальных способностей молодежи посредством спортивного туризма. Для этого можно взять структуру педагогического процесса, его элементы и связи между ними. Как отмечает известный педагог Ю.К. Бабанский, это цели обучения, содержание, методы, средства и организационные формы [1, с. 24].

Структурно-функциональная модель развития интеллектуальных способностей молодежи посредством спортивного туризма состоит из следующих модулей: целевого, организационно-развивающего, критериально-оценочного.

Целевой модуль включает в себя цели, задачи, принципы образовательного процесса. Цель внедрения разработанной структурно-функциональной модели развития интеллектуальных способностей молодежи посредством спортивного туризма – повысить уровень развития интеллектуальных способностей молодежи посредством спортивного туризма. Задачи развития способностей молодого поколения:

- развить необходимый уровень теоретических знаний;
- развить необходимые психологические качества;
- развить физические качества, необходимые туристу [5, с. 49].

Цели и задачи разрабатываемой модели определяют ее содержание. И.Я. Лернер и М.Н. Скаткин под содержанием образования понимают педагогически адаптированную систему знаний, навыков и умений, опыта творческой деятельности и опыта эмоционально-волевого отношения, усвоение которой призвано обеспечить формирование всесторонне развитой личности, подготовленной к воспроизведению и развитию материальной и духовной культуры общества [11, с. 153].

В спортивном туризме структурно-функциональная модель должна быть направлена на приобретение знаний, умений и навыков, необходимых в туристской деятельности: владение основами физической подготовки, медицинских знаний, психологической подготовки; умение ориентироваться в природных условиях различными способами, прокладывать безопасные маршруты в горно-таежной местности, использовать туристское снаряжение по назначению с большей эффективностью и т.д.

Основной акцент сделан на личностно ориентированном обучении, сформированном И.С. Якиманской. Личностно-ориентированный подход — это методологическая ориентация в педагогической деятельности, позволяющая посредством опоры на систему взаимосвязанных понятий, идей и способов действий обеспечить и поддержать процессы самопознания, самореализации личности школьника, развитие его индивидуальности [2, с. 62].

В рамках структурно-функциональной модели, развивающая функция направлена на разностороннее развитие молодежи, обучение приемам творческой деятельности, анализу, сравнению, обучение способности наблюдать, делать выводы. Гностическая функция предусматривает изучение особенностей процесса и результатов собственной деятельности, её достоинств и недостатков. Следующая функция – ценностная. В качестве основных ценностей молодежи берутся общечеловеческие. Рефлексивно-образовательная функция предполагает развитие у обучающихся процессов самоконтроля и самооценки.

Описав показатели целевого модуля, рассмотрим следующий модуль разработанной структурно-функциональной модели. Им является организационно-развивающий, так как через его составляющие наиболее отчетливо просматривается процесс развития интеллектуальных способностей школьников посредством спортивного туризма. Он определяется стандартами, учебными планами, учебными программами, педагогическими методами, формами и средствами.

Основу второго модуля составляют следующие взаимосвязанные этапы: умственное развитие молодёжи посредством спортивного туризма, психологическая подготовка, физическая подготовка занимающихся. Каждый этап имеет свою цель, содержание, предполагает использование определенных методов в процессе развития интеллектуальных способностей молодёжи.

Этап умственного воспитания школьников посредством спортивного туризма направлен на развитие теоретических знаний и применение их в категорийных походах. Такого рода подготовка необходима, так как занятие спортивным туризмом связано с преодолением массы трудностей различного характера: многодневные походы с большим весом рюкзака, автономное существование в горной местности, преодоление перевалов и различного рода переправ с использованием веревочного оборудования, приготовление пищи на костре и т.д. В каждой ситуации участники похода должны грамотно оценивать потенциальную опасность, предусматривать пути избежать её [1, с. 52].

Этап развития психологической составляющей туристов-спортсменов необходим для укрепления социальных отношений в группе. Данный этап играет важную роль в процессе психологического воспитания школьников. Ведь в походе одним из определяющих факторов успеха является плотная и хорошо развитая эмоциональная связь между участниками [3, с. 28].

Целью этапа развития физической подготовленности юных туристов является адаптация школьников к работе на фоне утомления. В результате освоения содержания данного этапа, занимающиеся должны иметь необходимый уровень подготовленности для сложных туристских походов.

Таким образом, рассмотренные этапы организационно-развивающего модуля являются взаимодополняющими друг друга, поэтому предполагается их параллельная реализация в образовательно-тренировочном процессе туристов-спортсменов.

Следующим модулем развития интеллектуальных способностей молодёжи посредством спортивного туризма является критериально-оценочный. Данный модуль включает критерии, показатели тестирования, уровни развития интеллектуальной деятельности школьников, методы математической статистики [2, с. 138].

Важно отметить, что прослеживается тесная взаимосвязь между элементами модели развития интеллектуальных способностей школьников посредством спортивного туризма, которая проявляется в том, что содержание каждого элемента отражает одну из сторон интеллектуального развития спортсменов.

Разработанная структурно-функциональная модель развития интеллектуальных способностей школьников посредством спортивного туризма, включающая три модуля (целевой, организационно-развивающий, критериально – оценочный), дает возможность более четко представить целенаправленный процесс развития интеллектуальных способностей. Она отражает взаимозависимость развития интеллекта молодёжи между структурными и функциональными характеристиками изучаемого явления.

#### Литература

1. Абуков, А.Х. Туризм на новом этапе: социальные аспекты развития туризма в РФ. М.: Профиздат, 2009. 173 с.
2. Анастаси, А. Психологическое тестирование. СПб.: Питер, 2006. 687 с.
3. Аппенянский, А.И. Рекреология: тренировочный процесс в активном туризме. М.: Советский спорт, 2006. 94 с.
4. Бабанский, Ю.К. Оптимизация учебно-воспитательного процесса. М.: Педагогика, 2005. 193 с.
5. Барчук, И.С. Методы научных исследований в туризме. М.: Академия, 2008. 194 с.
6. Биржаков, М.Б. Введение в туризм. СПб.: Издательский дом Герда, 2008. 167 с.
7. Глинский, Б.А. Моделирование как метод научного исследования (гносеологический анализ). М.: Изд-во Моск. ун-та, 1965. 248 с.
8. Линчевский, Э.Э. Психологический климат туристской группы. СПб.: Речь, 2008. 160 с.
9. Морозов, М.А. Информационные технологии в туризме. М.: Академия, 2009. 248 с.
10. Найн, А.Я. Педагогический эксперимент: методика и его организация: учеб. пособие. Магнитогорск: Магнитогорский гос. ун-т, 2002. 125 с.
11. Крившенко Л.П., Вайндорф-Сысоева М.Е. и др. Педагогика. М., 2004. 432 с.

## **РАЗРАБОТКА КВЕСТ-ЭКСКУРСИИ ПО ГОРОДУ ОМСКУ**

Омск – один из крупнейших городов Западно-Сибирского региона России. Омская область соседствует на западе и севере с Тюменской областью, на востоке – с Томской и Новосибирской областями, на юге и юго-западе – с Республикой Казахстан [2, с. 17].

Мы провели анализ достопримечательностей города Омска, в результате которого пришли к выводу, что исторические памятники города Омска в большинстве своем находятся в центре города. К достопримечательностям Омска относятся 11 театров, 8 специализированных музеев (Омский музей просвещения, Музей авиации, Музей Омского кирпича), 4 музея искусств, 2 военных музея, один исторический, 3 обсерватории и планетария. Также в Омске более 12 крупных улиц и 10 мостов через реки Иртыш и Омь. Для культурного просвещения омичей работает 10 галерей, по всему городу и области располагается 48 храмов и соборов и 180 памятников архитектуры.

Таким образом, Омск обладает значительным культурным потенциалом для развития экскурсионной деятельности. В городе Омске представлены следующие виды экскурсий: автобусные, пешие, беговые, велосипедные. Тематика предложений экскурсий по Омску достаточно разнообразная: «Обзорная экскурсия», «Вечерний Омск», «Театральный Омск», «Новогодняя экскурсия», «Ф.М. Достоевский в Омске», «По местам Колчака», «Великой победе посвящается!», «Мастерская Стеклодувы Омска», продолжительность 2–3 часа. В ходе анализа экскурсий установлено, что в Омске ведущие турагентства и туроператоры не предлагают квест-экскурсии.

В последние годы популярными становятся такие виды экскурсий, как интерактивные, виртуальные, военно-тематические, экскурсии с элементами анимации и квест-экскурсии.

Экскурсия – коллективная поездка куда-либо, посещение чего-либо с образовательной или увеселительной целью [1, с. 32].

Квест-экскурсия – это услуга для индивидуальных экскурсантов или туристских групп, заключающаяся в изучении различных исторических, природных или культурных объектов, по ходу которой участники выполняют логические или физические задания, проходят по заранее подготовленному сюжету (маршруту) в сопровождении квалифицированного экскурсовода или без него (с помощью гаджетов, сети Интернет и тп.) продолжительностью менее 24 часов без ночевки.

Квестообразные игры – командные игры на скорость мышления и движения, во время которых команды решают логические задачи, выполняют поиск на местности, строят оптимальные маршруты перемещения, ищут оригинальные решения и подсказки. После завершения очередного задания команды переходят к выполнению следующего. Побеждает команда, выполнившая все задания быстрее остальных.

В результате изучения литературы, мы пришли к выводу, что технология разработки квест-экскурсии состоит из 7 этапов.

Этап 1. Выбор темы. Выбор темы один из главных этапов. Задавая тематику квест-экскурсии, вы выбираете направленность заданий и игр, которые должны быть интересны как вам, так и будущим экскурсантам. Темой может быть историческое событие, которое происходило как в вашем городе, стране, так и в любой другой. Темой квеста может стать сюжет из фильма, мультфильма, книги или рассказа. Это могут быть задания по завоеванию римской империи, где вам в помощь будут исторические здания вашего города или новые памятники, парки или музеи. Сюжеты фильмов «Пила», «Миссия невыполнима», мультфильм «12 месяцев», где каждый месяц олицетворяет здание, памятник или иную достопримечательность города или местности, в которой проходит квест-экскурсия. Найдутся любители «Записок Шерлока Холмса». Это может быть и совсем фантастическая тема, которая интересна вам и может понравиться участникам. В помощь вам придет вся доступная литература по выбранной теме.

Также при выборе темы может помочь место проведения, это может быть база отдыха, парк в городе, центр города с архитектурой и памятниками, территория санатория или усадьбы. То есть вы можете подбирать не место к теме, а задавать тему для определенной местности. Возможно, парк со старыми высокими деревьями подтолкнет вас к теме друидов, эльфов и куда никак не впишутся спортивные костюмы, велосипеды, химические опыты игры в классики.

Этап 2. Игровой механизм квест-экскурсии. Выбрав тему квест-экскурсии, нужно продумать каким образом, вы будете контролировать процесс прохождения квеста. Важно продумать игровой механизм – правила игры, и каким образом они будут исполняться. Вы можете присутствовать непосредственно с командой, либо следить за процессом удаленно, получая ответы в виде текстовых сообщений, фотографий на гаджет и выдавая задания при правильном ответе. Так же возможен вариант, когда с вашей стороны нет никакого контроля, то есть участники квест-экскурсии получают задания непосредственно на месте, затем правильно выполнив задание, они узнают следующее место, где их ждет новое задание. Это может быть письмо с заданием, записка, аниматор, который даст нужную информацию.

Также стоит рассчитать необходимое количество человек. Оно может варьироваться от 1 до 100 человек, хотя и это число не предел. Все зависит от масштабов места, идеи и пожеланий экскурсантов. Если у вас заявлено соревнование двух и более команд, то команда, выполнившая все задания быстрее – побеждает. Так же необходимо продумать количество участников в команде. Если задания сложные и ответ нужно добывать, имея не одну пару рук, то и количество участников должно соответствовать.

Также стоит продумать награждение игроков, если предусмотрено соревнование. Не всегда участникам хватает похвалы руки и слов: «Вы победили, поздравляем!». Конечно, награждение зависит от масштабов квест-экскурсии. Это могут быть медали, сертификаты, дипломы. Для всех участников квест-экскурсии наградой могут послужить памятные фотографии, банкет, фуршет, дипломы в разных номинациях.

Этап 3. Маршрут квест-экскурсии. Составление маршрута предполагает наличие объектов, их удобное расположение, километраж, длительность квест-экскурсии.

Для начала нужно выбрать объекты показа таким образом, чтобы они соответствовали заданной теме и находились в шаговой доступности, если у вас предполагается пешая квест-экскурсия. Если объекты показа по заданной тематике находятся очень далеко друг от друга, продумайте другой вид перемещения, например, велосипеды или трансфер. Стоит учитывать, что при поиске ответов и проверок предположений участники могут пройти гораздо большее расстояние, чем вами заложено, поэтому при расчете километража добавьте 20–40% на поиски верного направления.

При расчете времени стоит учитывать, что в среднем прогуливающийся взрослый человек движется со скоростью 3,5–4,5 км/ч, бегущий человек или быстро идущий имеет скорость около 7–11 км/час, а детки младше 10 лет – 3–4 км/час. Чтобы экскурсанты не потеряли интерес к происходящему, длительность квест-экскурсии не должна превышать 1,5 часа. Если по каким-то причинам вы хотите увеличить время экскурсии более чем на два часа, то предусмотрите возможность перекуса и отдыха.

Этап 4. Детали, мелочи, коды. Чтобы задания сочетались с информацией об объектах – изучите маршрут квест-экскурсии. Сделайте пометки, сфотографируйте интересные детали, мелочи и будущие коды к заданиям. Это может быть отличающееся по цвету, форме окно, необычная дверная ручка, количество деревьев, колонн у фасада, скульптуры, даже цвета, цветы и трещины. Главное подобрать такие детали, которые не изменятся в ближайшее время и экскурсантам не доставит большого труда их добыть.

Этап 5. Сценарий квест-экскурсии. Сценария должно быть два. Первый вы пишете для себя, второй для участников.

Сценарий № 1 нужно расписать как можно более подробно. Начинаем со времени сбора участников квест-экскурсии. Здесь нужно провести инструктаж по технике безопасности дорожного движения, если маршрут предполагает переходы через дороги, в зависимости от времени года проведения экскурсии необходимо предупредить о возможных травмах при падении на лед, падении сосулек, ожогах, солнечных ударах и т.п.

Далее указываем место объекта, полностью расписываем задания, ответы, возможные варианты прохождения, подсказок. Возможно, группа не сможет найти правильный ответ, в таком случае продумайте дополнительные несложные задания, для получения ответа или подсказки к правильному ответу. Так же можете дополнить каждый объект интересной информацией. Если это квест-экскурсия без экскурсовода, то информации не должно быть более двух-трех предложений, чтобы не потерять интерес у экскурсантов. В случае, когда экскурсовод присутствует интересную информацию по теме можно докладывать по пути от одного объекта к другому. Мы рекомендуем от 5 до 10 заданий или этапов при прохождении квест-экскурсии.

Сценарий № 2 несет рекламный характер. Не нужно указывать точные задания и тем более ответы на них. Таким сценарием мы привлекаем и заинтересовываем будущих экскурсантов. Желательно указать тему, продолжительность, способ передвижения и наличие отдыха, перекуса.

Этап 6. Тестирование квест-экскурсии. После того как все приготовления закончены – протестируйте квест. Можете пройти его сами, но лучше попросить друзей или знакомых, так у вас сложится более полная картина недоработок и пожеланий.

Этап 7. Внесение правок. Теперь у вас есть все возможности довести продукт до лучшего вида.

Типов заданий может быть огромное разнообразие, можно объединять виды заданий, так, например, во время физического задания, во время бега, участнику необходимо отвечать на вопросы.

Мы рекомендуем основные виды заданий:

1. Задания при участии профессиональных актеров. Во время прохождения квест-экскурсии с участниками будет не только экскурсовод, но и на каждой точке, объекте экскурсанты будут встречаться с актерами. Здесь ключевую роль будет играть персонаж актера. Все зависит от личностных характеристик персонажа, а значит, он может, как помогать экскурсантам, так и запутывать их или сбивать с правильного пути. Таким образом, актеры не только одеты в костюмы соответствующие теме квест-экскурсии, но и обладают важной информацией, которую нужно получить, отвечая верно на вопросы и выполняя задания.

2. Логические задания. Для получения ответа нужно решить всевозможные головоломки, ребусы, разгадать шифр, сопоставить факты. Здесь потребуется участие всей команды, но окончательное решение должен выбрать лидер, который готов взять на себя всю ответственность.

3. Подвижные задания. Во время прохождения квест-экскурсии большинство заданий сложно пройти в одиночку, и даже вдвоем. При правильном составлении заданий каждый участник будет задействован при нахождении ответа. Может потребоваться удерживать реквизит, искать предмет или быстро собирать информацию.

Приведем примеры заданий. Задания при участии актеров. Проявить надписи на старинном свитке с помощью специальных растворов. А поможет вам подобрать правильный раствор сам Дмитрий Иванович Менделеев.

Логическое задание. У команды имеется несколько вопросов, ответами на которые являются цифры. Отгадав все цифры, по заготовленному планшету участники находят буквы. Например, цифре «6» соответствует буква «о», а цифре «5» буква «с», таким образом участникам нужно сложить правильный ответ из полученных букв.

Подвижное задание. Получить подсказку можно в том случае, если вся команда переберется через паутину. Паутина – натянутые веревки между двумя деревьями таким образом, чтобы получилось 9 отверстий, достаточного размера, чтобы пролез человек. Главное перебираться очень аккуратно и не задевать веревку. Если веревка задета все участники команды возвращаются на исходное положение. Еще один важный момент – в одно отверстие можно проходить одному человеку (только если команды больше 9 человек, ведущий назначает отверстия, которые можно использовать повторно).

Подвижно-логическое задание. Чтобы попасть в следующее место вам необходимо забраться на вышку и сложить из увиденных знаков слово – оно то и будет ориентиром. Знаками могут быть картинки, буквы, слова.

Таким образом, используя рассмотренную технологию разработки квест-экскурсии, можно проектировать экскурсии в городе Омске по следующим темам: «Золото Колчака», «Городские легенды» центр Омска, «Записки из мёртвого дома», «Омск – город Генералов», «Ворота Омской крепости» большая красивая территория Воскресенского сквера и Омской крепости, «Великая победа» в Парке Победы.

#### Литература

1. Емельянов Б.В. Экскурсоведение. М.: Советский спорт, 2009. С. 216.
2. Малыгина М.В., Власова А.В. Проектирование тематической экскурсии с элементами анимации «Живое слово о Победе» как средство патриотического воспитания молодежи // Сборник статей международной научно-практической конференции «От синергии знаний к синергии бизнеса». Омск, 2015. С. 63–67.



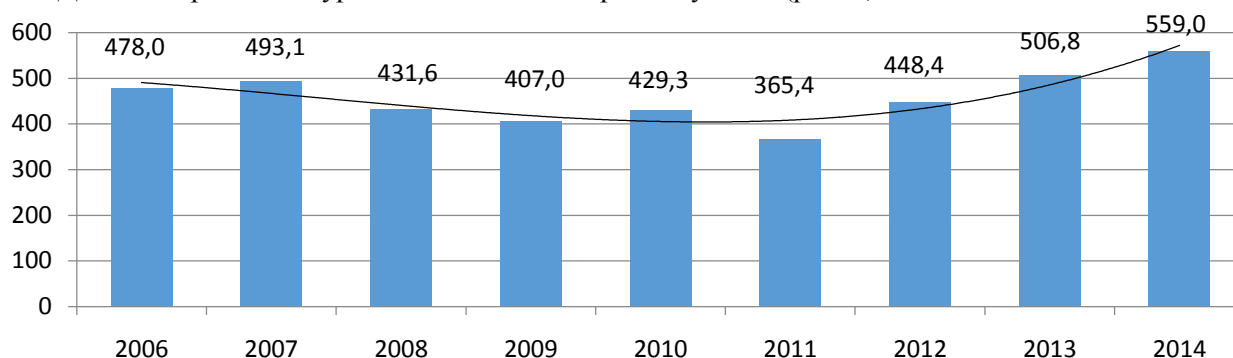
## СОЗДАНИЕ КАРТЫ ООПТ КАК ЭТАП ИЗУЧЕНИЯ ТУРИСТСКОГО КОМПЛЕКСА РЕГИОНА

Туризм и рекреационная деятельность также является одним из главных составных частей социально-экономического развития районов. В России создание особо охраняемых природных территорий (ООПТ) является традиционной и наиболее эффективной формой природоохранной деятельности. ООПТ предназначены для сохранения типичных и уникальных ландшафтов, биологического разнообразия животного и растительного мира, а также охраны объектов природного и культурного наследия. Одновременно эти территории выполняют важные научные и социально-культурные функции, являясь полигонами для изучения экосистем и происходящих в них процессов, а также способствуют экологическому воспитанию и образованию населения, обладают значительным рекреационным ресурсом и туристическим потенциалом [2].

Если мы хотим, чтобы в регионе появилась мощная индустрия туризма, то, по нашему мнению, требуется провести значительную подготовительную работу. В составе этой работы можно выделить ряд этапов, одним из которых будет создание карты существующих ООПТ региона. Далее требуется выявить и провести оценку рекреационных ресурсов территории ООПТ, что очень важно для разработки концепции туристического развития малоосвоенных в этом отношении регионов, к которым относится и ХМАО – Югра.

Несмотря на отсутствие стабильности во всех областях экономики России, некоторые ее отрасли начинают постепенно развиваться. Одно из направлений – туризм. Северные и сибирские регионы России, обладающие богатым природно-климатическим и историческим потенциалом, имеют возможность пополнения бюджета за счет развития туризма.

Динамика развития туризма в ХМАО – Югре следующая (рис. 1).



**Рис. 1. Динамика посещения ХМАО–Югры туристами (тыс. чел.)**

В настоящее время в связи с ростом туристской активности в России значительно растет спрос на картографическую продукцию. Туристический «бум» вызывает активное развитие мировой туристической индустрии – важной отрасли экономики, занимающей в ряде стран одно из ведущих мест. Туристическая индустрия приносит доход, обеспечивает рабочие места, способствует развитию местной инфраструктуры и, таким образом, является важным фактором территориального развития любого региона.

Современные требования к методологии и практике развития ООПТ подразумевают активное включение технологий ГИС в арсенал туристско-географических исследований.

ГИС с успехом используется для сбора и управления данными по охраняемым территориям, таким как заказники, заповедники и национальные парки. В пределах охраняемых районов можно проводить полноценный пространственный мониторинг растительных сообществ, ценных и редких видов животных, определять влияние антропогенных вмешательств, таких как туризм, прокладка дорог или ЛЭП, планировать и доводить до реализации природоохранные мероприятия [1].

В современном мире одним из основных ресурсов и товаром является информация. С развитием возможностей технологий, увеличением их производительности растут и потребности общества в

информационных ресурсах. В процессе получения информации на первый план выходят такие критерии как скорость и удобство получения, а также её постоянная круглосуточная доступность.

Разработанный нами программный модуль «Моделирование ООПТ Югры» реализует моделирование организационно-технологических мероприятий по повышению рекреационной привлекательности территории ООПТ с использованием ГИС-технологий. Для этого на электронной карте выбирается участок, вызывается окно модуля, в котором рассчитывается его пригодность и специализация рекреационных комплексов. Встроенные инструменты позволяют произвести анализ вредных экологических факторов, наличие которых повлияло на оценку рекреационной пригодности территории. По каждому фактору предлагается перечень мероприятий, нейтрализующих либо снижающих их влияние.

Функция моделирования организационно-технологических мероприятий, снижающих влияние вредных экологических факторов, позволяет оценить рекреационный потенциал территории и те меры, которые надо предпринять, чтобы использовать эту территорию для рекреационных целей. После моделирования мероприятий производится перерасчет рекреационной специализации участка.

На цифровые топографические карты нанесены тематические слои, отражающие состояние объектов и статистическую информацию. Созданная ГИС обеспечивает исходную базу данных для разработки целевой программы «Развитие туристско-рекреационного кластера на территории ХМАО–Югры».

Так как аппаратная и программная конфигурация ПК пользователя может быть самой разной, предоставляемая картографическая информация должна воспроизводиться вне зависимости от установленного на компьютере пользователя операционной системы и, поэтому не должна требовать установки дополнительного программного обеспечения.

С другой стороны, карта должна оставаться векторной и сохранять все свои характеристики: проекцию, масштаб, систему координат. Кроме того, должны сохраняться все преимущества карт, созданных в среде ГИС: возможность реализации пользователем запросов, метричность, возможность изменения масштаба карты, работа со слоями.

Наконец, для удобства работы с содержащейся в базе данных информацией, карта должна быть интерактивной, т.е. содержать элементы управления: переход от менее детальной к более детальной карте, инструмент измерения расстояния, получения координат объектов и составления запросов.

В основе начального этапа формирования блоков данных лежит перевод ранее полученных традиционными методами картографических материалов в электронно-картографический вид с последующей их унификацией на базе единой картографической основы. В последующем, указанные блоки ГИС наращиваются электронно-картографическими данными, полученными непосредственно при решении задач развития сети ООПТ, в том числе актуализацией данных по результатам ведения мониторинга (экологического, рекреационного, технологического и др.).

Можно выделить четыре уровня моделирования географических баз данных для целей геоинформационного картографирования ООПТ:

- 1) моделирование изучаемой ООПТ, результатом чего является общая схема, которая описывает основные составляющие ООПТ и факторы, влияющие на ее развитие;
- 2) моделирование блоков, серий, наборов тематических карт, которые оптимально отражают основные составляющие исследуемой системы;
- 3) моделирование тематического содержания отдельной карты, которая раскрывает проблему, связанную с ООПТ, и определяет способы картографического изображения;
- 4) моделирование составляющих тематического содержания отдельной карты, что предусматривает формирование новых составляющих баз данных на основе преобразования существующей информации с помощью графических схем анализа данных, которые определяет сам пользователь.

В программе QGIS 2.8-Wien нами был создан класс объектов (векторный тематический слой) Типы ООПТ. На слой линейными объектами нанесена гидрографическая сеть. Добавлены значки, характеризующие памятники природы. В атрибутивную таблицу внесены название ООПТ, годы создания и площади (га). При желании, сюда можно еще добавлять атрибуты.

На территории Ханты-Мансийского автономного округа – Югры в настоящее время находится 24 особо охраняемых природных территории общей площадью 3548 тыс. га. Это составляет всего 5,2% от территории округа, что значительно ниже среднего значения по стране (8,2%) [3]. На долю ООПТ, функционирующих в регионе, приходится 0,2% от общего количества всех российских ООПТ и 1,4% от площади всех российских ООПТ, что значительно ниже показателей практически всех субъектов РФ. Кроме того, это явно недостаточно для обеспечения экологической безопасности на территории округа.

ООПТ региона представлены различными уровнями (федеральным, региональным и местным) и категориями (памятники природы, заказники, природные парки, водно-болотные угодья, заповедники), которые способны обеспечить сохранение и сбалансированное использование природных ресурсов, а также служить местом для развития туристской индустрии.

ООПТ являются базой для организации экологического и научного туризма, а также познавательных экскурсий. Обеспечению туристско-рекреационного потенциала в регионе, в первую очередь, способствуют природные парки «Кондинские озера», «Нумто», «Самаровский Чугас», «Сибирские Увалы». Ценным научно-познавательным рекреационным ресурсом являются памятники природы. Заказники могут выполнять функции модельной территории для организации научного туризма [2]. Государственные природные заповедники федерального значения не входят в состав лесного фонда ХМАО–Югры, другие же объекты природоохранного назначения созданы без изъятия земель лесного фонда (рис. 2).

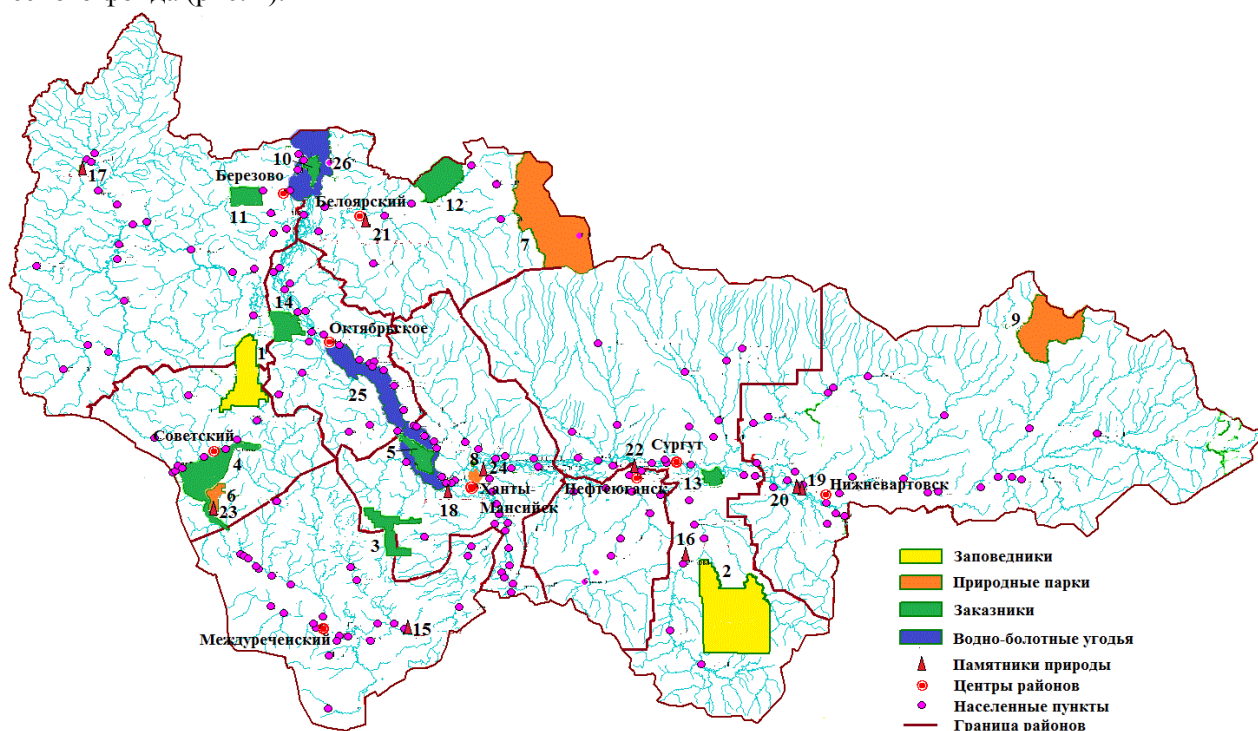


Рис. 2. ООПТ на территории ХМАО–Югры (2014 г.)

Цифрами на карте обозначены ООПТ.

Максимальная суммарная площадь ООПТ отмечается в Белоярском районе (882 тыс. га), чуть меньше – в Сургутском районе (693 тыс. га), за ним следуют Советский район (453 тыс. га) и Нижневартовский район (300 тыс. га). Минимальная суммарная площадь ООПТ – в Нефтеюганском районе (всего 100 га). Максимальная доля суммарной площади ООПТ приходится также на Белоярский район (20,8% от площади района), немного меньше – в Советском районе (15,8%). Минимальная суммарная площадь ООПТ – в Нефтеюганском районе (0,004% от площади района).

В науке сложились три основных типа оценки рекреационных ресурсов: медико-биологический, психолого-эстетический и технологический. Ведущую роль при медико-биологических оценках играет климат – оценивается комфортность климата. При выборе территории для спортивно-оздоровительного отдыха учитывается степень контрастности места отдыха и уникальность объектов. Технологическая оценка отражает взаимодействие человека и природы с точки зрения туристско-рекреационной отрасли. Для всесторонней оценки рекреационного потенциала региона предлагается его балльная оценка [4].

Оценка рекреационных ресурсов любого региона позволяет определить как негативные, так и позитивные моменты социально-экономического его развития, сделать прогноз по развитию его туристской индустрии. Для изучения современного состояния региональной экономики можно построить модель рекреационных ресурсов, которая позволит выделить те стороны, которые существенны для целей социально-экономического развития региона (в том числе и рекреации), что повысит эффективность исследований ученых, занимающихся проблемами региональной экономики.

Рекреационные ресурсы мы можем оценить по формуле:

$$R = [(a + b + c)d + e + f - g]hij \quad (1)$$

где  $a$  – оценка оздоровительно-спортивной функции (0-10 баллов);  $b$  – оценка лечебно-курортной функции (0-10 баллов);  $c$  – оценка познавательной функции территории (0-10 баллов);  $d$  – индекс экономического развития;  $e$  – культурность ландшафтов;  $f$  – показатель относительной высоты;  $g$  – степень конфликтности территории;  $h$  – транспортная доступность;  $i$  – комфортность условий;  $j$  – контрастность территории.

Оценка оздоровительно-спортивной, лечебно-курортной и познавательной функции территории ( $a$ ,  $b$ ,  $c$ ) определяется экспертным путем в пределах от 1 до 10 баллов. Индекс экономического развития ( $d$ ) вычисляется по формуле:

$$d = D/D_c \quad (2)$$

где  $D$  – ВРП на душу населения в данном регионе (руб.),  $D_c$  – средний российский уровень ВРП, равный 408,5 тыс. руб. на человека в год (2014 г.). Сведем эти данные в табл. 1.

Таблица 1

**Оценка функций территории и индекс развития (2014 г.)**

Регион	$a$	$b$	$c$	$D$	$d$
Ханты-Мансийский АО – Югра	6	4	4	1761,2	4,31

Для расчета культурности ландшафтов и определения удельной рекреационной емкости ландшафтов требуется информация по структуре земельных угодий (табл. 2).

Таблица 2

**Структура земельных угодий (%)**

Регион	пашня	др. с/х угодья	леса	воды и болота	прочие
Ханты-Мансийский АО – Югра	0,0	1,2	53,7	43,2	1,9
Баллы удельной рекреационной емкости земельных угодий	0,02	0,7	1,6	0,6	0,5

Культурность ландшафтов ( $e$ ) определяется как

$$e = klW \quad (3)$$

где  $k$  – удельная рекреационная ёмкость земельных угодий;  $l$  – продолжительность благоприятного периода для летнего отдыха и туризма (дней),  $W$  – площадь стереотипа, вычисленная по формуле:

$$W = 10,35 \frac{P_1^{0,6}}{(H/S)^{0,83}} \quad (4)$$

где  $P_1$  – людность крупнейшего города в регионе (чел.),  $H$  – численность населения на данной территории (в тыс. чел.),  $S$  – площадь территории (в тыс. км<sup>2</sup>).

Расчет культурности ландшафтов приведен в табл. 3.

Таблица 3

**Культурность ландшафтов**

Регион	$k$	$l$	$P_1$	$H$	$S$	$W$	$e$
Ханты-Мансийский АО – Югра	1,14	45	341	1612	535	137	7,0

Показатель относительной высоты ( $f$ ) определяется как:

$$f = (2f_1 + 5f_2)/100\% \quad (5)$$

где  $f_1$  – доля равнин,  $f_2$  – доля гор (%).

Степень конфликтности ( $g$ ) определяется по формуле:

$$g = \sum g_0 + 0,5 \sum g_1 \quad (6)$$

где  $g_0$  – число конфликтов (экологических, этнических, пограничных и др.) на территории региона,  $g_1$  в соседних регионах (на расстоянии не более 250 км). Сведем эти данные в табл. 4.

Таблица 4

**Показатели относительной высоты и степень конфликтности территории**

Регион	$f_1$	$f_2$	$f$	$g_0$	$g_1$	$g$
Ханты-Мансийский АО – Югра	95	5	2,2	2	3	3,5

Для расчета показателя транспортной доступности требуется информация по длине транспортных путей (табл. 5), расчет модифицированного коэффициента Энгеля, показателя проницаемости границ и удельного числа условных переходов границы.

Таблица 5

**Длина дорог с учетом коэффициентов Василевского**

Регион	$q_1$	$q_2$	$q_3$	$q_4$	$q_5$	$q_6$	$q$
Ханты-Мансийский АО – Югра	1,1	5,0	0,5	1,2	5,6	13,2	9,4
коэффициенты Василевского	1	0,45	0,15	0,01	1	0,025	

Модифицированный коэффициент Энгеля ( $n$ ) определяется как:

$$n = \sum (qG) / \sqrt{100HS} \quad (7)$$

где  $q$  – длина дорог с учетом поправочных коэффициентов  $G$  Василевского ( $q_1$  – железные дороги,  $q_2$  – усовершенствованные автодороги,  $q_3$  – автодороги с твердым покрытием,  $q_4$  – прочие автодороги,  $q_5$  – водные пути,  $q_6$  – воздушные пути; км).

Показатель проницаемости границ ( $m$ ) между регионами определяется по формуле:

$$m = 10(2Q_1 + Q_2 + 0,5Q_3) / L \quad (8)$$

где  $L$  – длина границы региона,  $Q_1$ ,  $Q_2$ ,  $Q_3$  – число пересечений границы между регионами соответственно железными, автомобильными дорогами, водными путями.

Транспортная доступность ( $h$ ) определяется как

$$h = nm \quad (9)$$

где  $n$  – модифицированный коэффициент Энгеля, определяется по формуле (7),  $m$  – проницаемость границ, определяется по формуле (8).

Расчет показателя проницаемости границ и транспортной доступности представлен в табл. 6.

Таблица 6

**Показатель проницаемости границ, коэффициент Энгеля и транспортная доступность**

Регион	$Q_1$	$Q_2$	$Q_3$	$L$	$m$	$n$	$h$
Ханты-Мансийский АО – Югра	4	71	5	4733	0,17	31,9	5,49

Комфортность территории  $i$  определяется от 0,1 (абсолютно дискомфортные) до 3,4 (наиболее комфортные условия) (табл. 7).

Таблица 7

**Показатели комфортности (%)**

Регион	1-3	3-6	6-10	10-20	20-40	40-70	Всего	$i$
Средний показатель в группе	2	4,5	8	15	30	55		
Ханты-Мансийский АО – Югра			10	90			14,30	0,57

Контрастность территории ( $j$ ) рассчитывается по видоизмененной формуле Шеннона:

$$j = (x + y + z) / 3 \quad (10)$$

где  $x = -\sum X \log_2 X$ ;  $y = -\sum Y \log_2 Y$ ;  $z = -\sum Z \log_2 Z$ ;  $x$  – доля типов ландшафтов на территории (согласно районированию по природным зонам);  $y$  – доля типов земельных угодий на территории;  $z$  – доля этносов на территории региона. Сведем эти данные в табл. 8.

Таблица 8

**Показатели контрастности**

Регион	$x$	$y$	$z$	$j$
Ханты-Мансийский АО – Югра	0,99	1,19	2,08	1,42

Таким образом, для Ханты-Мансийского АО – Югры потенциал рекреационно-географического положения составляет 295 баллов. Если данную величину сравнивать с соседями региона, то можно утверждать, что ХМАО-Югра находится на 4 месте среди регионов. Максимальное количество баллов набирает Свердловская область (745), второе место занимает Тюменская (490), третье – Томская (302), пятое – Республика Коми (260), шестое – Красноярский край (235), седьмое – Ямало-Ненецкий АО (146).

В регионах с высоким рекреационным потенциалом, где развитие туризма опирается на систему государственной поддержки и правильно регулируется, доходы от туризма являются одним из главных источников жизнеобеспечения местного населения, сохранения окружающей среды. Эти ре-

гионы наиболее конкурентоспособны, и именно здесь рекреационные географические кластеры наиболее развиты. В ХМАО-Югре такие кластеры находятся в зачаточном состоянии.

Рекреационный географический кластер, по нашему мнению [5], это географически сконцентрированная группа компаний и организаций, конкурирующих, но при этом ведущих совместную деятельность на территории, которая отличается от других не только экономической специализацией, но и особенностями развития рекреационного хозяйства и его территориальной организации, своеобразным географическим положением, ресурсным потенциалом, населением и пространственной структурой расселения.

Поэтому на территории округа нами предлагается создать рекреационный географический кластер, развитие которого должно осуществляться с целью максимального вовлечения отраслей экономики в развитие туризма, содействия их региональной специализации, создания «замкнутого цикла», предусматривающего развитие сферы туризма на местных социально-экономических ресурсах. А для этого, прежде всего, необходима вся возможная информация о рекреационных ресурсах, которая представлена в виде базы данных для ГИС.

#### Литература

1. Краснощёков А.Н. Введение в географические информационные системы: практикум. Владимир: Изд-во Владим. гос. ун-та, 2015. 68 с.
2. О концепции развития и функционирования системы особо охраняемых природных территорий Ханты-Мансийского автономного округа – Югры на период до 2020 года. URL: <http://docs.cntd.ru/document/460156102>
3. Природопользование и охрана окружающей среды: Особо охраняемые природные территории (ООПТ) // Официальный веб-сайт органов государственной власти Ханты-Мансийского автономного округа – Югры. – URL: [www.admhmao.ru/socium/index.htm](http://www.admhmao.ru/socium/index.htm)
4. Соколов С.Н. Методика оценки рекреационных ресурсов регионов России // Экономика. Сервис. Туризм. Культура (ЭСТК-2014): XVI Международная научно-практическая конференция: Сборник статей (Барнаул, 2014 г.). Барнаул: Изд-во Алт. гос. тех. ун-та, 2014. С. 118–121.
5. Соколов С.Н. Рекреационные географические кластеры и проблемы их конкурентоспособности // Вестник Нижегородского государственного гуманитарного университета. Серия «Естественные науки и науки о Земле». 2011. № 2. С. 22–30.

УДК 379.851

**Н.С. Сычева, студентка**

*Научный руководитель: Е.Н. Лепахова, канд. социол. наук, доцент  
г. Ставрополь, Северо-Кавказский федеральный университет*

## РАЗВИТИЕ ТУРИСТИЧЕСКОГО РЫНКА СТАВРОПОЛЬСКОГО КРАЯ

В настоящее время рынок российского туризма развивается крайне неравномерно. Объем выездного туризма преобладает над объемами въездного и внутреннего туризма. Данная тема актуальна, потому что туризм играет не последнюю роль в экономике страны и существует ряд проблем, решение которых повысит место края на туристическом рынке.

Большой вклад в исследование российского туризма внесли Берлин С.И., Хуако Х.Ш., Шишкина Н.А., которые рассматривали системные проблемы туризма страны и предлагали пути их решения, а Шишов А.С. анализировал состояние отрасли.

На сегодняшний день большое внимание проблемам туризма в России уделяют в своих работах Мохаммад М.А., Алгафри М.А. и Леонова В.П.

Туристский потенциал Ставропольского края очень велик. Богатейшая культура, история и природа региона – основа роста популярности туров по нашему краю. Располагая огромным туристским потенциалом, Ставропольский край занимает весьма скромное место на туристском рынке.

На территории края находятся почти все ландшафты, имеющиеся в России: полупустыни с солончаками и пятнами песков, обширные степные пространства, лесостепи, лиственные, смешанные и хвойные горные леса. Встречаются также и высокогорные альпийские луга с яркими цветами и пятнами болот среди каменных россыпей и, наконец, на вершинах гор – ледники с полями многолетнего снега, по суровости природы напоминающие Арктику. Ставропольский край имеет хорошие условия для развития туристического рынка, т.к. обладает благоприятными природными условиями [3, с. 115].

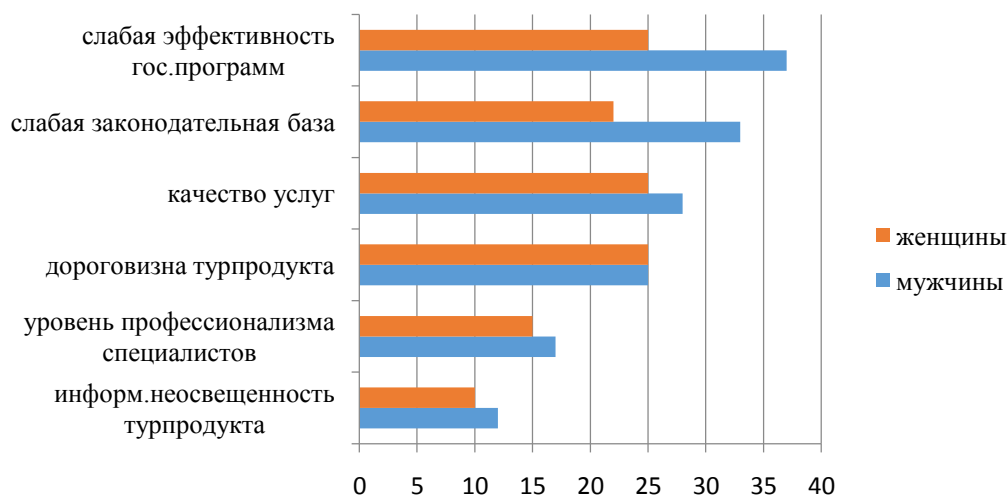
В настоящее время в туристской отрасли Ставропольского края осуществляют свою деятельность 118 санаторно-оздоровительных учреждений, 5 баз отдыха, 72 учреждения гостиничного типа, а также порядка 130 туристических организаций (туроператоров и турагентов) [5, с. 23].

Основные направления туризма в крае:

- санаторно-оздоровительный туризм (курортно – туристический комплекс Кавказских Минеральных Вод включает более 90 санаториев) [6, с. 67];
- культурно-исторический туризм (Ставрополь, Буденновск, Железноводск, Кисловодск, Пятигорск);
- экологический и агротуризм (более 100 памятников природы на территории края);
- охотничье-рыболовный туризм (Апанасенковский, Александровский районы);
- экстремально-спортивный туризм (Ставрополь, Кисловодск, Пятигорск);
- археологический туризм (древние храмы и городища в Пятигорске, верхнепалеолитические материалы в Кисловодске, городища неподалеку от Ставрополя);
- туризм выходного дня (водохранилище Новотроицкое, водохранилище «Волчьих ворот», Отказненское водохранилище, озеро «Маньч-Гудило»);
- паломнический туризм (Красногвардейский район – Каменный крест XI века, Свято-Троицкий храм, Храм Успения Пресвятой Богородицы и Свято-Николаевский храм; Труновский район – Свято-Троицкая церковь, церковь в честь Святого Дмитрия Солунского; Кавказские Минеральные воды – церковь Покрова Божьей Матери).

Туристический бизнес является самой динамично развивающейся отраслью мировой экономики. Современные тенденции в развитии туризма свидетельствуют о возрастании его влияния как на мировую экономику в целом, так и на экономику страны, отдельного региона. Существуют определенные проблемы, которые препятствуют развитию туризма [2, с. 213].

Для выявления проблем туристической сферы было проведено анкетирование среди жителей Ставрополя. В процессе данного исследования было опрошено 60 человек (58% мужчин и 42% женщин). В данном анкетировании участвовало 20% людей в возрасте от 17 до 24 лет, 45% в возрасте от 25 до 35 лет, 25% – 35–45 лет, 10% – 45–60 лет. Исследование было проведено в ноябре 2016 года. Результаты представлены на рисунке 1.



**Рис. 1. Анализ ответов респондентов по проблемам развития туризма в Ставропольском крае (данные представлены в%)**

Согласно исследованию выявлены самые актуальные проблемы в отрасли:

- слабая эффективность государственных программ (62% опрошенных);
- слабая законодательная база (55% опрошенных);
- низкое качество услуг (53% опрошенных);
- дороговизна отдыха (50% опрошенных);
- уровень профессионализма специалистов в сфере туризма (31% опрошенных).

Из опрошенного населения Ставропольский край, как привлекательную туристическую зону рассматривают только 25%, остальные же предпочитают отдых в других местах.



Также 45% опрошенных считают приемлемой сумму поездки в пределах края не более 15000 рублей с 1 человека, 55% – не более 10000 рублей.

Несмотря на то, что существует программа развития туризма Ставропольского края до 2025 года, которая предполагает обеспечение инфраструктурного и пространственного развития региона с учетом приоритетного развития индустрии туризма, на данный момент остается такая проблема как нехватка недорогих гостиниц для людей со средним достатком. Проблемы инфраструктуры отпугивают туристов. Бюджет региона мог значительно пополниться за счет туризма. Туристической инфраструктуре Ставропольского края есть куда развиваться, так как большая часть гостиничных комплексов были построена ещё во времена советского союза, и понятное дело, что в настоящее время их вид и качество не соответствуют требуемым нормам.

Еще одна немаловажная проблема – это дороговизна отдыха. Это касается высоких цен на проживание в гостиницах и пансионатах, которые зачастую не соответствуют качеству. И этими проблемами умело пользуются зарубежные операторы, выпуская на российский рынок огромное количество предложений недорогого отдыха в странах Греции, Италии, Испании, где уровень сервиса как правило превосходит тот, что могут предложить туристические зоны Ставропольского края, причем цены из-за жесточайшей конкуренции туроператоров порой кричаще низкие [1, с. 64].

Решение данной проблемы может заключаться в пересмотре тарифов на проживание, а также государственное комплексное вмешательство, исключение ряда проблем, составляющих высокую стоимость, в том числе, возможность покупки льготных билетов. В свою очередь, немаловажно рассмотреть опыт других стран в управлении туристической сферой. Например, в Испании именно туризм является основной статьей дохода государства, так как большое внимание уделяют качеству оказываемых услуг и их соотношению с ценой, готовят высококвалифицированных специалистов (страна занимает 2-е место по количеству заведений, обучающих персонал туристической сферы).

Также необходимо уделить внимание проблеме уровня сервиса. Все туристы хотят, чтобы отдых был комфортным, а обслуживание соответствовало цене. Один из путей решения данной проблемы – это подготовка квалифицированного управленческого персонала путем повышения участия работодателей в развитии профессионального туристского образования, в том числе с помощью увеличения объемов подготовки кадров в образовательных учреждениях по договорам с предприятиями различных форм собственности, малого и среднего туристского бизнеса.

Таким образом, для развития туризма в Ставропольском крае необходимо:

- введение системы бронирования гостиниц через сеть Интернет (присутствует частично);
- создание новых туристических маршрутов, учитывая особенности Ставропольского края;
- строительство новых гостиниц с доступными ценами, а также инвестирование уже существующих;

– рассмотреть опыт европейских стран в управлении туризмом;

Для повышения уровня сервиса:

- проведение аттестации рабочих мест;
- анкетирование отдыхающих;
- обеспечить возможность отдыха для людей с ограниченными возможностями, инвалидов.

Для повышения уровня освещенности турпродукта:

- привлечь специалистов для улучшения официального сайта о Ставропольском крае как туристической зоне для иностранных гостей [4, с. 546].

В силу уникального географического и геополитического расположения, климатических условий, своей интересной истории, динамичной экономики, наличия большого количества исторических, культурных и природных достопримечательностей, рекреационных ресурсов Ставропольский край имеет огромный туристический потенциал, полностью который еще предстоит раскрыть. Это связано с тем, что не все имеющиеся туристические ресурсы используются рационально и не всем немаловажным составляющим туристической сферы уделяется внимание.

#### Литература

1. Берлин С.И. Системные проблемы туризма в России и пути их решения. Краснодар: Академия знаний, 2013. № 2. – С. 62–67.
2. Волков Ю.Г. Регионоведение: Учебное пособие. 2-е изд., испр. доп. – Ростов-на-Дону: Феникс, 2014. – 448 с.
3. Косолапов А.Б. География российского внутреннего туризма: учебное пособие. 2-е изд., стер. – М.: КНОРУС, 2014. – 272 с.
4. Лепахова Е.Н., Нарожная Г.А. Управление маркетинговыми коммуникациями в современных условиях // Australian Journal of Scientific Research. 2014. No.1 (5) (January-June). Volume II. Adelaide: «Adelaide University Press», 2014. P. 539-548.
5. Строгов М. Ставропольский край: Путеводитель. М.: Авангард, 2012. 176 с.



УДК 338.48

**К.П. Хамула, студент**

*Научный руководитель: Е.В. Илясова, канд. экон. наук, доцент  
г. Краснодар, Кубанский государственный университет*

## **СОБЫТИЙНЫЙ МАРКЕТИНГ КАК ФАКТОР РАЗВИТИЯ ТЕРРИТОРИЙ КРАСНОДАРСКОГО КРАЯ**

В современной России все больший интерес у населения вызывает внутренний туризм. В первую очередь это, конечно, связано с экономико-политической ситуацией в мире, но и развитие территориального маркетинга регионов играет немаловажную роль в этом процессе. В связи с этим нарастает конкуренция между городами и регионами в борьбе за туристов и за инвесторов. Это явление диктует необходимость в использовании новых маркетинговых стратегий и механизмов для привлечения целевой аудитории. Таким инструментом является событийный маркетинг, который является сравнительно новым явлением, но уже успел зарекомендовать себя на мировой маркетинговой арене.

Событийный маркетинг в туризме – это использование действующего события, для популяризации определенной территории и привлечения потребителей, которые не находят туристическое место, достаточно привлекательной, чтобы посетить ее без повода [1].

Для России на сегодняшний день это новый инструмент продвижения территории, зарубежные же страны уже имеют достаточно большой опыт использования данного механизма.

Например, каждый сентябрь Амстердам организует праздник «Парад цветов», на который съезжаются тысячи туристов. Япония радует своих гостей фестивалем Бонсай – выращивание миниатюрных копий деревьев. Ценитель алкогольных напитков можно встретить на Октоберфесте в Германии, который в 2006 году принес прибыль около 5 млн. евро [11].

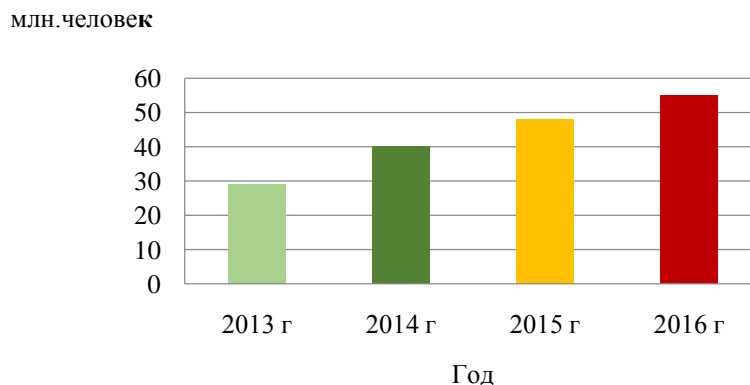
Одним из самых известных мероприятий является бразильский карнавал, которые проводятся ежегодно. Во многих случаях именно этот праздник является причиной посещения туристами Бразилии. В среднем на организацию этого мероприятия уходит около 5 млн. дол., а прибыль равна 150 млн. дол.

Самое масштабное событие Канн – каннский кинофестиваль, прибыль от которого в 2009 г. равнялась около 200 млн. евро [5].

При правильном использовании событийного маркетинга город или регион может добиться рекордной рентабельности, а также широкой известности.

Именно поэтому России необходимо перенимать успешный опыт использования событийного маркетинга зарубежных стран для повышения уровня внутреннего туризма.

По данным сайта «Ростуризм», начиная с 2013, наблюдается тенденции роста внутреннего туризма [9].



**Рис. 1. Рост внутреннего туризма 2013–2016 гг.**

Исходя из данных таблицы, можно проследить, что ежегодный рост внутреннего туризма составляет около 20–30%.

Следовательно, с каждым годом у населения возрастает спрос на путешествия по городам России, это означает, что у регионов есть все возможности для повышения уровня привлекательности своей территории и для «завоевания» своей целевой аудитории.

Внутренний туризм способствует формированию единого туристического пространства, а в совокупности с инструментами событийного маркетинга способен оказывать положительное влияние на развитие региона, организацию спортивных, туристских, экскурсионных, развлекательных комплексов, развитие транспортной инфраструктуры, к тому же повышается инвестиционная привлекательность территории [2].

В 2016 году наибольшим туристическим спросом пользовались Краснодарский край, Московская область и Крым. Кубань в этом году посетило около 15.8 миллионов туристов [7].

Краснодарский край – обладает наиболее развитой туристической инфраструктурой. Конечно, наибольшим спросом пользуются города черноморского побережья, но край богат историческим наследием, огромным культурным потенциалом, живописной природой, развитой деловой средой. Именно эти ресурсы дают возможность для реализации проектов событийного маркетинга, что способствует росту привлекательности региона не только для русских, но и для западных туристов.

Сочи – город, который на 2017 является самым удачным примером территории в Краснодарском крае, наиболее успешной реализовавшей в своей деятельности принципы событийного маркетинга.

Самым масштабным мероприятием в Сочи является проведение Зимних Олимпийских игр в 2014 г. Именно это мероприятие коренным образом изменило жизнедеятельность города, а так же положительно повлияло на повышение имиджа всего края.

Объем частных инвестиций в инфраструктуру города достиг 900 млрд. руб., а еще 114 млрд. руб. было вложено в строительство спортивных сооружений [7].

Завоевав право на проведение Олимпийских Игр, Сочи получил возможность модернизировать городскую инфраструктуру и развиваться ускоренными темпами, что положительно сказалось на росте численности туристов.

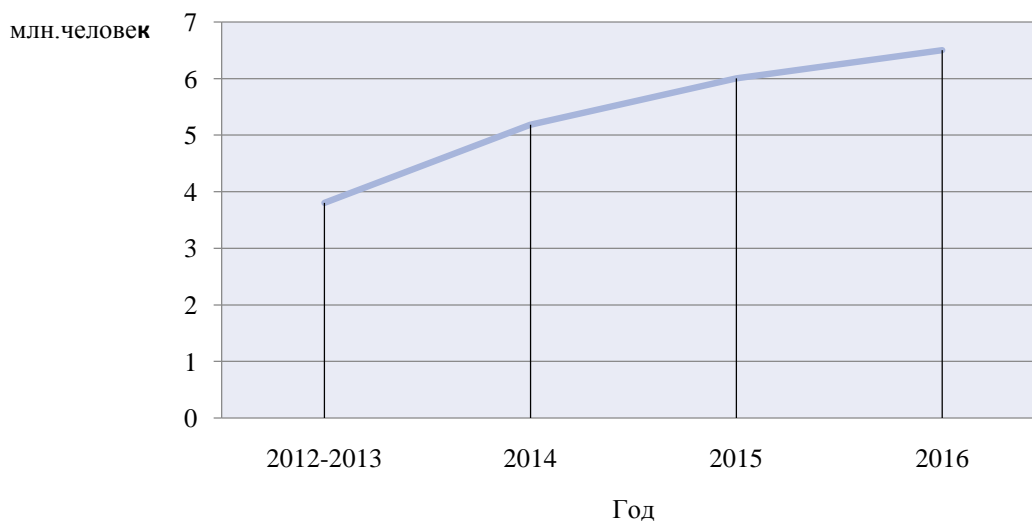


Рис. 2. Изменение туристического потока в городе Сочи на 2016 г.

По данным РИА-новости туристический поток в Сочи в 2016 году стал рекордным показателем по России. В то время как в 2012–2013 гг. количество отдыхающих равнялось около 3,8 млн человек, то в 2016 эта цифра составила 6,5 млн. Эти цифры означают, что город стал круглогодично посещаемым курортом [3].

Одной из самых характерных положительных особенностей событийного маркетинга является повышение уровня развития инфраструктуры региона.

Другим ярким примером эффективного использования событийного маркетинга выступает город-курорт Геленджик. Это единственный город на черноморском побережье, который так масштабно открывает летний сезон.

Самым главным и эффектным событием открытия сезона является карнавал. Со всей страны, ближнего и даже дальнего зарубежья летом сюда приезжают, чтобы стать свидетелями этого уникального события и отдохнуть в компании друзей и семьи.

Кульминацией фестиваля становится вечерний Гала-концерт на Центральной площади Геленджика, с участием звезд отечественной эстрады.

Гости курорта также могут насладиться единственным в России «Карнавалом на воде». Это театрализованное зрелище с десятками кораблей, которое проходит в акватории бухты Геленджика.

Благодаря этому событию, Геленджик способен конкурировать с абсолютным лидером в этой сфере – городом Сочи. В 2016 году город посетили рекордное для Геленджика число – 4 млн. человек [8].

Геленджик на момент проведения фестивалей удерживает на своей территории тысячи человек, что положительно сказывается на имидже и экономике города.

Но не только пляжными курортами может гордиться Краснодарский край.

Все большую популярность набирает Абрау-Дюрсо. На сегодняшний день поселок славится не только виноделием и экскурсионным потенциалом, но и использованием механизмов событийного маркетинга.

В течение туристического сезона на регулярной основе реализуется проект «Дни театра», в рамках которого на сцене конгресс-холла «Абрау-Дюрсо» выступают звезды российской театральной сцены. В теплое время года поселок становится центром проведения различных культурно-спортивных, массовых и профессиональных мероприятий, таких как эногастрономический фестиваль «О, да! Еда!», «Байк-фестиваль», «Всероссийский саммит виноделов».

Фестиваль «О, еда! Еда!» впервые состоялся в августе 2016 года. И за два успел собрать аудиторию в 15 тыс. человек.

Программа фестиваля включала развлечения для широкой публики сразу на нескольких площадках. В гастрономическом театре с мастер-классами выступили известные шеф-повара Москвы, Санкт-Петербурга и Краснодарского края.

Проведение такого мероприятия повысило привлекательность региона и поспособствовало развитию специализированного эногастрономического туризма на юге России. Сегодня такой туризм имеет все шансы стать одним из основных направлений в регионе, учитывая растущий интерес к локальным продуктам и российским винам. Наряду с этим проведение фестиваля послужило стимулом к развитию ресторанного бизнеса и местного винного производства [6].

Абрау-Дюрсо является центром проведения ежегодного Всероссийского саммита виноделов.

На территорию поселка в октябре 2016 года съезжались виноделы, представители федеральных и региональных органов власти, рестораторы, руководители крупных торговых сетей, ведущие российские и международные эксперты.

Абрау-Дюрсо относительно молод в использовании событийного маркетинга, но успех уже очевиден.

Событийный маркетинг постепенно становится важной составляющей частью почти каждого мероприятия. При этом характер и уровень события бывает различным, но механизм практически одинаковый.

Так он проник и в такую, казалось бы, совсем непривычную сферу маркетинга, как аукционы лошадей.

Для продвижения территории, обладающей таким ресурсом, как коннозаводство, необходим разработанный механизм событийного маркетинга, и одно из преимуществ данной сферы – четкая целевая аудитория.

Западные страны уже достаточно давно делают из бизнес-аукциона праздник. Так всемирно-известный аукционный дом Fences проводит аукционы в течение 5 дней. Это обеспечивает постоянную заполняемость гостиниц, использование транспортом, питание в общественных заведениях.

Заводской дом в Германии Ганновер, организовывая аукцион, за продажу лошадей союз взывает 6% налога как с покупателя, так и продавца, что обеспечивает основной доход союза [10].

Аукцион – это всегда праздник. Место встречи ведущих коннозаводчиков страны. Мероприятие, которое не только говорит о престиже территории, но и привлекает к себе СМИ, что способствует узнаваемости и росту популярности региона.

Но далеко не все конные заводы уделяют должное внимание такому мероприятию.

На территории Краснодарского края в Новокубанском районе функционирует конный завод «Восход», самый знаменитый завод в России во времена СССР. «Восход» в 60-х годах воспитал одну из самых известных лошадей мира – Анилина, единственная лошадь, которая три раза выигрывала «Большой приз».

Каждую вторую субботу апреля конный завод проводит показательные галопы, а на следующий день и аукцион. Мероприятие, которое может приносить доход поселку не только от продажи голов, но и от качественной организации события.

Но, к сожалению, такая практика не функционирует из-за отсутствия применения механизма событийного маркетинга.

Опираясь на опыт зарубежных стран, дни аукционов можно продлить до 3–4. На территории поселка построена гостиница, которая почти не принимает постояльцев, а продление аукциона обеспечило бы занятость комнат.

Другая проблема – не освещённость события. Аукционы могут быть интересны не только желающим приобрести лошадь, но и туристам. К тому же «Восход» гордится музеем, построенным в честь Анилина. Музей богат кубками, дипломами, историческим фотографиями. Привлечение туристов в дни проведения аукциона повлечет за собой посещение данного музея.

«Восход» предлагает желающим прокатиться на повозках с лошадьми, но из-за отсутствия туристов на территории эта функция не пользуется спросом. Поэтому после проведения аукциона всем желающим можно предлагать такой вид отдыха, положительные эмоции от катания в повозке заставят вернуться туристов снова.

Немаловажным фактором выступает привлечение знаменитых личностей в сфере конного бизнеса. Так, гостем уже был Исаков Н.В – генеральный директор ОАО «Российские Ипподромы», О.В. Дерипаска – российский предприниматель и миллиардер, Шаптукаев Саид – действующий тренер лошадей Р. Кадырова.

При использовании механизмов событийного маркетинга, поселок Восход мог бы выйти на уровень популярной среди туристов территории. Проведение аукциона с использованием событийного маркетинга способно привлечь аудиторию не только в дни мероприятия, но и обеспечить постоянный приток туристов вне аукциона, а также увеличить количество и качество продаж лошадей.

Событийный маркетинг в XXI веке является одним из основных факторов продвижения территории. Важно понимать, что положительный эффект заметен как в больших городах, так и в маленьких сельских поселениях.

Организация качественного массового мероприятия повлечет за собой публикации в СМИ, PR в социальных сетях, а это на сегодняшний день основные источники повышения привлекательности территории.

Таким образом, событийный маркетинг вызывает эффект мультипликации: мероприятие привлекает прессу, пресса привлекает туристов, а большое количество туристов привлекает больший интерес СМИ.

Отдельного внимания заслуживает вопрос влияния событийного маркетинга на экономику территории. Повышается инвестиционная привлекательность, растет занятость населения, повышаются доходы муниципального образования и совершенствуются объекты инфраструктуры.

Как только регионы нашей страны начнут доверять событийному маркетингу, Россия сможет выйти на новый уровень организации внутригосударственных и международных мероприятий.

#### Литература

1. Глобова С.А. Зарубежный опыт применения событийного маркетинга как инструмента повышения туристической привлекательности территории // Проблемы и перспективы экономики и управления: материалы II Междуна. науч. конф. (г. Санкт-Петербург, июнь 2013 г.). СПб.: Реноме, 2013. С. 137–140.
2. Илясова Е.В. Событийный маркетинг в продвижении городов // Современные медицинские исследования. Современная экономика. Техноконгресс. Свобода и право. Человечествознание. 2016. URL: [http://elibrary.ru/download/elibrary\\_27597760\\_68478524.pdf](http://elibrary.ru/download/elibrary_27597760_68478524.pdf) (дата обращения: 23.03.2017).
3. Сочи принял рекордное количество туристов в 2016 году / Информационное агентство РИА новости. URL: <https://ria.ru/tourism/20161229/1484933292.html> (дата обращения: 25.03.2017).
4. Министерство спорта туризма и молодежной политики Российской Федерации: О перспективах развития событийного туризма в Российской Федерации. URL: [http://russiaturforum.com/upload/presentation/401\\_plenarn\\_miheev\\_yakutsk.pdf](http://russiaturforum.com/upload/presentation/401_plenarn_miheev_yakutsk.pdf) (дата обращения: 20.03.17).
5. Официальный сайт Министерства финансов России. URL: [http://minfin.ru/ru/press/speech/index.php?id\\_4=20855](http://minfin.ru/ru/press/speech/index.php?id_4=20855) (дата обращения: 23.03.17).
6. Официальный сайт фестиваля «О, да! Еда!». URL: <http://abrau-durso.odaeda.me/about> (дата обращения: 26.03.2017).
7. Официальный сайт Ростуризма. URL: <http://www.russiaturism.ru/news/10296> (дата обращения: 23.03.17).
8. Геленджик бьет рекорды // Российская газета. URL: <https://rg.ru/2016/04/21/reg-ufo/v-2016-godu-v-gelendzhike-otdohnut-bolee-4-millionov-turistov.html> (дата обращения: 25.03.2017).
9. Внутренний туризм в России растет четвертый год подряд // Электронная газета «Ведомости». URL: <http://shark.vedomosti.ru/business/articles/2016/06/16/645539-vnutrennii-turizm> (дата обращения: 22.03.17).
10. Страны: Германия: коневодство как бизнес и стиль жизни // Электронный журнал «Мустанг». URL: <http://www.goldmustang.ru/magazine/countries/187.html> (дата обращения: 26.03.17).

УДК 379.85

**М.В. Чудинова, А.Б. Коваль, студенты**

*Научный руководитель: А.А. Никифорова, канд. культурологии, ст. преподаватель  
г. Нижневартовск, Нижневартовский государственный университет*

## **ЭТНОГРАФИЧЕСКИЙ ТУР «ТАЙНЫ СИБИРИ»**

На современном этапе развития общества туризм стал одной из наиболее прибыльных отраслей экономики, позволяющим приносить доход при наименьших затратах. Путешествия с целью развлечения и отдыха лежат в основе туристских обменов. Ознакомление с историко-культурными достопримечательностями, посещение театров, музеев, в конечном итоге, расширение общественного кругозора становится неотъемлемой частью любого отдыха. Особый интерес у туристов вызывают культура, история, язык, искусство, религия, традиции и быт других народов. Все эти аспекты представлены в таком виде туризма, который принято называть этнографическим.

Этнографический туризм в XXI в. привлекает огромное число любителей всего необычного и неизведанного. Распорядиться мировым культурным наследием с пользой и без ущерба – в этом заключается главное предназначение этнографического туризма сегодня.

Специалисты выделяют следующие категории объектов наследия, которые достаточно активно вовлечены в этнографические туры:

- памятники архитектуры, выполненные в традиционном для этноса стиле и связанные с определенным периодом его культурной жизни;
- традиционные жилища (нежилые, но сохранившие внешний вид и внутреннюю планировку; жилые – с традиционным интерьером, убранством, набором традиционных предметов быта);
- поселения, сохранившие «этнический тип», в местах компактного проживания представителей того или иного этноса, с традиционной планировкой улиц, положением жилищ и хозяйственных построек;
- бытовые объекты, соответствующие традиционному хозяйственному типу: колодцы, фонтаны, мельницы;
- места проведения народных праздников с участием фольклорных ансамблей, использованием традиционной одежды;
- этнографические музеи, выставки, комплексы этнографических предметов;
- археологические объекты (памятники культуры), имеющие этническую специфику.

Важной составляющей этнографического туризма, становится непосредственный контакт с местными жителями, помогающими сформировать более полное представление об их жизни. На данный момент этнографический туризм, представляя собой перспективное направление туризма, позволяет узнавать о традициях и культуре различных этносов не из книг или телепередач, а непосредственно путем погружения в среду их обитания. Этнографический туризм существует во многих странах. Этнографические туры включают в себя посещение традиционных поселений, сохранивших особенности традиционной культуры и быта коренных народов.

Этнографическое наследие, вовлекаемое в туристские маршруты, представлено двумя видами. Это посещение существующих поселений, хранящих самобытную культуру и традиционный быт определенных народов. Существующие поселения могут быть названы демонстрационными или показательными, и они могут быть представлены как постоянными, так и временными (например, стоянки кочевников-скотоводов или бродячих охотников и собирателей) объектами проживания.

Однако, использование этнографических объектов в рекреационной деятельности в качестве экскурсионных сопряжено с рядом проблем. К примеру, некоторые из таких объектов по своей уникальности заслуживают внимания туристов, но находятся в плачевном состоянии или имеют плохую транспортную доступность. Часто этнографические объекты культуры одного из этносов представлены единичными объектами, зачастую разбросанными на территории различных, удаленных друг от друга территориальных единиц. Поэтому полное или хотя бы сквозное знакомство с ними возможно

только во время многодневных туристских походов или на автобусных, автомобильных, велосипедных экскурсиях.

Компоненты анимационных программ в этнографическом туризме, охватывающие объекты этнографического наследия, должны быть использованы разумно и творчески. Однако научно-технический прогресс привел к тому, что продукция одной страны практически неотличима от аналогичной продукции другой страны. А ведь в культуре единообразие недопустимо. Регион, желающий стать популярной этнографической туристской дестинацией, должен обладать уникальными самобытными культурными комплексами с запоминающимися анимационными программами и непосредственно предлагать их на туристском рынке.

Этнографические туры, содействуя более тесным связям, позволяют взаимодействовать с представителями различных этносов, проживающих на территории округа, в том числе коренных малочисленных жителей Севера. В настоящее время уровень жизни коренных малочисленных народов Сибири остается низким. По данным переписи за последние десятилетия численность коренных народов катастрофически снижается, а вместе с ними исчезает и самобытная культура и традиции этих народностей.

Ханты-Мансийский автономный округ – Югра представляет собой край со своей, особенной богатой и самобытной культурой. Направив взор в глубину веков, мы видим, насколько ярки и своеобразны обычаи и традиции ханты и манси, как два близкородственных по языку и культуре финно-угорских народов, проживающих на севере Западной Сибири.

Необычные для нашего времени обряды, обычаи и запреты проходят через всю жизнь народов ханты и манси. Они самобытны и тесно связаны с бытом этого народа, непосредственно являясь неотъемлемой частью их жизни. Некоторые обычаи и приметы частично дошли и до наших дней. Соприкоснувшись с их миром, намного проще понять глубокую и значимую суть их традиций и обычаев.

Этноэкологические районы проживания малочисленных народов – пока недостаточно исследованный и довольно специфический тип исторической территории. В основном, это земли коренных народов Севера или места проживания небольших этнографических групп, обычно на больших пространствах с отдельными выдающимися памятниками культуры (основное их богатство – археологические памятники). Взаимодействие человека и среды придает природным объектам особое содержание. Многие из них (реки, возвышенности, даже отдельные деревья и другие местные предметы) наделены мифологическим характером, а для коренного населения – даже одушевленным значением.

Ханты и манси всегда трепетно относятся к природе, которую нельзя даже поранить острым предметом. Существовали и существуют ныне отдельные участки земли, берега некоторых озер, речек, по которым нельзя ходить. В крайней необходимости можно привязать к подошвам бересту и пройти. Проходя или проезжая мимо данных мест, народы ханты и манси приносят жертву (пищу, приклады из ткани и др.), совершая тем самым обряды. Обряды жертвоприношения традиционно совершаются и в начале любого промысла, например рыбной ловли или охоты. Во время таких жертвоприношений обращаются к духам — хозяевам определенных мест, прося о большей добыче в наступающем сезоне.

Особое значение народы ханты и манси придают непосредственно праздникам. К примеру, Медвежий праздник, является самым любимым праздником данных народов. Медведь рассматривается как сын верховного божества Торума, вместе с тем он сын женщины-прародительницы и брат ее детей, поэтому ханты и манси воспринимают его как брата. И наконец, он представляет собой олицетворение верховной справедливости, хозяина тайги. Каждая успешная охота на медведя сопровождается праздником, во время которого люди стараются снять с себя вину за его убийство, посредством совершения обрядов, направленных на призыв благополучия для всех участников праздничного мероприятия. На празднике шкура медведя свертывается, голова и лапы украшается кольцами, лентами, платками и укладывается в переднем углу дома в так называемой жертвенной позе, с головой, положенной между вытянутыми передними лапами. Затем устраиваются представления в масках. В первой половине ночи обязательно исполняются танцы, которые посвящены главным богам. Особое значение имеет середина ночи и ее вторая половина, на протяжении которых съедаются медвежье мясо, провожается душа медведя на небо, кроме того в это время гадают о предстоящей охоте.

Основной формой духовной культуры народов ханты и манси являлось устно-поэтическое творчество, для которого характерна возможность импровизации, самовыражения, множественность фольклорных жанров. К ним непосредственно относятся мифы и легенды, которые будут рассказаны туристам во время тура.

С целью популяризации этнографического туризма, мы хотим предложить маршрут выходного дня – тур «Тайны Сибири», могущий быть интересным не только взрослым, но и детям. Помимо тра-

диционной экскурсионной программы, путешествие включает: мастер-класс по изготовлению национальных хантыйских кукол «Акань», дегустация национальной кухни и посещение загона с оленями.

У каждого народа есть свои обряды, мифы, легенды и предания, позволяющие культуре этого народа стать уникальной, своеобразной и непохожей на другие. Именно этнографический туризм позволяет знакомиться со всеми особенностями других культур и узнать то, о чем не напишут в путеводителях.

Особенность данного тура заключается в том, что туристам предлагается возможность самим поучаствовать в проведении традиционного обряда для народов ханты и манси – обряде «Огня», ярком и увлекательном событии, которое точно не оставит равнодушным ни одного посетителя данного тура.

Закончить день мы предлагаем в уютной лесной избе за чашкой ароматного горячего чая и рассказах об обычаях коренных народов Севера.

В тур входит:

- Экскурсионная программа;
- Дегустация национальной кухни;
- Мастер-класс по изготовлению национальных кукол «Акань»;
- Страховка;
- Сопровождение;

Главной целью проекта является знакомство жителей и гостей региона с живой самобытной культурой коренных народов Югры, формирование этнокультурного своеобразия края в качестве основного объекта туризма. Данный проект будет интересен всем: и туристам, желающим лучше узнать культуру малочисленных народов, и туристическим агентам, потому что люди, которые хотят познать быт и традиции коренных народов, будут идти в агентства, где есть такие туры.

В настоящее время туризм становится важной, динамично развивающейся отраслью, вклад которой в экономику будет постоянно расти. Многие регионы России обладают предпосылками к активному развитию этнографического туризма. Основой этого выступает огромный потенциал уникальных исторических и природных ресурсов, многокультурности, этнонационального состава, способствующий объединению в единое целое больших территорий, их хозяйственной и социальной деятельности.

Богатый этнографический, историко-культурный, туристско-рекреационный потенциал Югры определяет роль туристской отрасли в экономике автономного округа в качестве одного из экономических кластеров страны. Успешное развитие туристской отрасли оказывает стимулирующее воздействие на развитие таких сфер экономической деятельности, как услуги коллективных средств размещения, транспорт, связь, торговля, производство сувенирной продукции, общественное питание, а также выступает катализатором социально-экономического развития муниципальных образований автономного округа. Кроме того, при развитии этнографического туризма возможно привлечение коренного населения к участию в различных мероприятиях.

Мифы, легенды, традиции, обычаи и обряды по-прежнему остаются чрезвычайно важным базисом формирования туристической мотивации к совершению поездок. При этом туристская легенда, взятая «на вооружение», часто может превосходить по своей значимости реальную туристическую привлекательность территории.

#### Литература

1. Афанасьев О.Е. Функциональное значение и место туристских легенд в формировании привлекательных свойств дестинаций // Вестник ассоциации вузов туризма и сервиса. Т. 9. 2015. № 1. С. 52–60.
2. Бабкин А.В. Специальные виды туризма. Ростов-н/Д.: Феникс, 2008. 252 с.
3. Никифорова А.А. Памятники природно-культурного наследия в регионах ресурсного типа: особенности охраны: Монография. Нижневартовск: Изд-во Нижневарт. гос. ун-та, 2013.
4. Семкина Н.С., Прокопьева Т.А. Перспективы развития этнографического туризма в России // Вестник СГУТиКД. 2010. № 3 (13).

## **АКТУАЛЬНОСТЬ ПРОВЕДЕНИЯ СОБЫТИЙНОГО ТУРА «НАРОДНАЯ МАСЛЕНИЦА» В КРУПНОМ МЕГАПОЛИСЕ**

Событийный туризм понимается как вид туризма, при котором туристические поездки приурочены к каким-либо определенным событиям или мероприятиям. Поводом для туристических поездок могут быть самые разные события из области спорта, культуры, бизнеса, светской и политической жизни [2, с. 252].

Событийный туризм способствует возрождению культурных обычаев, традиций, развитию народного творчества. Праздники являются важной частью культуры любого народа. Они отражают хозяйственный уклад, дают яркое представление о традиционном мировоззрении, позволяют проследить культурные связи с другими народами. В разных регионах мира такие праздники активно используются для развития туризма [3, с. 67].

Современный мегаполис не способствует сохранению и воспроизведению народной культуры. В условиях большого города задача сохранения народной культуры заключается в основном в самой ее трансляции новому поколению, для чего необходимо активное привлечение детей и молодежи к народной культуре.

Цель исследования – определить актуальность проведения событийного тура «Народная масленица» в крупном мегаполисе.

Мероприятия событийного туризма имеют большое экономическое значение, так как в период их проведения деятельность всего сектора туристической индустрии активизируется. Организация событий может являться исходным мероприятием для массированного развития туризма в регионе, и это достаточно широко применяется в настоящее время во многих странах.

Страны, города и регионы включают организацию и проведение масштабных событий в свои стратегии экономического развития, одновременно решая задачи по модернизации инфраструктуры, продвижению на мировом и национальном уровне, привлечению туристов и инвесторов [1, с. 81; 4, с. 49].

Как известно, русская «Масленица» отмечается в самое низкое время туристского сезона и является идеальным поводом для превращения ее в событие международного уровня. Масленичные гулянья проходят в каждом районе города, где со своими программами выступают городские учреждения культуры, которые интересуют многих горожан.

Нами было проведено анкетирование, путем голосования в социальной сети, жителей города Омска от 25 до 35 лет о желании поучаствовать в событийном туре «Народная масленица». Помимо посещения праздника «Народная масленица», туристам предложено посещение экскурсий по русской народной деревне Азь Град. Посещение Азь Града – это возможность с головой окунуться в атмосферу русского селенья, попробовать себя в народных ремеслах и забавах, научиться плотницкому делу, печному делу, кузнечному делу, резьбе по дереву.

Наблюдения в ходе анкетирования показали, что любимыми праздниками являются: новый год (53%), самый волшебный праздник, отмечаемый в кругу близких и родных людей. День рождения (30%), масленица (9%), 8 марта (6%). В другой вариант ответа опрашиваемые отметили такие праздники, как – 9 мая, День города и День святого Валентина (2%).

Народные праздники – играют важную роль в социальном сплочении общества, сближают членов семьи и родственников. В ходе анкетирования 70% респондентов изъявили желание стать участниками народного праздника, 12% затрудняются ответить и 18% не желают быть участником народного праздника (рис. 1).



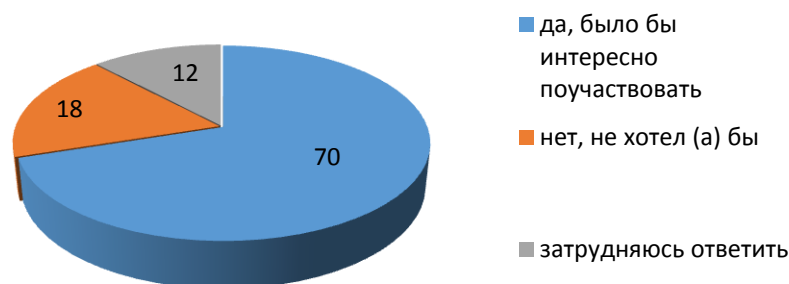


Рис. 1. Желание стать участником народного праздника, %

В ходе исследования мы выяснили, что 65% респондентов знают традиции и обычаи празднования народных праздников, отмечают ими с соблюдением старинных традиций. Для многих это стало духовной потребностью, т.к. считают, что культурное наследие – неотъемлемая часть современной жизни, это помогает воспитывать подрастающее поколение, делает людей лучше.

Так же, по результатам исследования 30% респондентов не интересуются традициями и обычаями народных праздников и 5% написали другой вариант ответа, где были такие варианты как: «отчасти», «известны, но не всех народных праздников», «не совсем известны» и «не все».

Наибольшее количество респондентов (86%) участвуют в масленичных гуляниях (рис. 2). Масленица считается самым веселым народным праздником, чем и привлекает местных жителей.

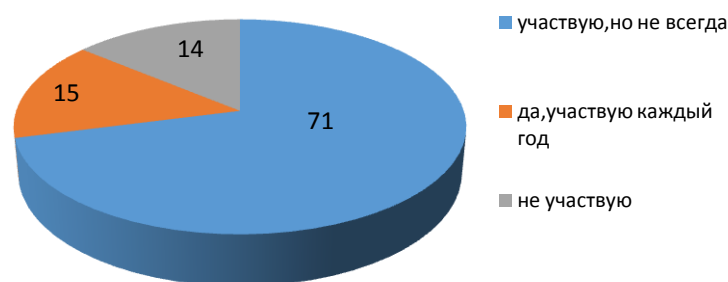


Рис. 2. Участие в масленичных гуляниях, %

Идея участия в событийном туре «Народная масленица» – отличная, ответило большинство респондентов (42%), хорошая – 36%, удовлетворительная – 19%, плохая – 3%.

Соединение празднования масленицы с экскурсией по деревне Азь Град – это удачная комбинация услуг. Решительно согласны и согласны (19 и 63% респондентов соответственно), а не согласны 13% и решительно не согласны 5%. Предложенная программа тура интересна тем, что при посещении народного праздника можно познакомиться с новой русской деревней Азь Град, посетить экскурсии и поучаствовать в мастер-классах.

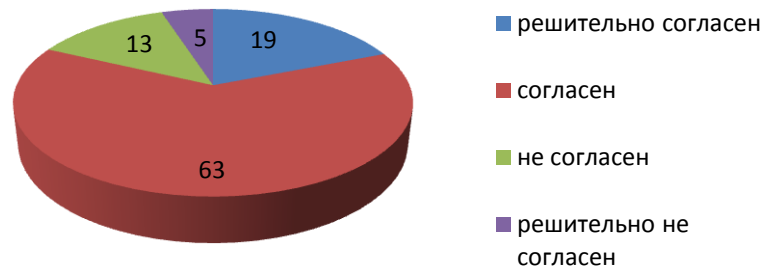


Рис. 3. Соединение празднование масленицы с экскурсией по деревне Азь Град – удачная комбинация, %

Масленица – это не только народные гулянья, посиделки и молодецкие забавы, это также и семейный праздник, поэтому большинство респондентов (20%) хотели бы отправиться в тур с семьей или родственниками 7–10 человек.

По результатам проведенного анкетирования было выявлено, что 39% жителей в возрасте от 25 до 35 лет города Омска интересуется посещение тура выходного дня «Народная масленица» в деревне Азь Град.

Интерес к событийному туру можно объяснить тем, что люди устают от повседневности, им не хватает праздника в жизни. Люди, отправляющиеся в подобное путешествие, несомненно, испытают множество ярких незабываемых моментов, которые запомнятся им на всю жизнь.

Понимание праздника как исключительного отдыха, необходимого для восстановления душевных и физических сил человека, позволяет говорить о том, что праздник – это пространство для духовного и эстетического развития личности, для ее эмоциональной разрядки.

По результатам исследования можно сделать вывод о том, что в условиях современности с ее урбанизацией и бешеным ритмом жизни народные праздники не утратили своей актуальности.

#### **Литература**

1. Климова, Т.Б. Событийный маркетинг: новый вектор развития территорий // Сетевой научно-практический журнал Научный результат. 2014. № 2. С. 80–84.
2. Королева, И.С. Событийный туризм: определение, виды, перспективы развития в Тульской области // Рекреационные ресурсы, туризм и краеведение. 2013. № 4. С. 252–255.
3. Кржижевский М.В. Изучение народных художественных промыслов в целях развития туризма // Научный журнал Сервис плюс. 2013. № 1. С. 67–69.
4. Кравчук Т.А. Структурно-функциональная модель организации событийных мероприятий в регионе // International Research Journal. Международный научно-исследовательский журнал. № 11 (53) Часть 3. Ноябрь. 2016. С. 47–51.

**УДК 379.85**

***А.М. Юсупова, магистрант***

*Научный руководитель: Н.В. Пенкина, канд. филос. наук, доцент  
г. Нижневартовск, Нижневартовский государственный университет*

## **ЭКОНОМИКО-ИНСТИТУЦИОНАЛЬНЫЙ МЕХАНИЗМ ОРГАНИЗАЦИИ СОЦИАЛЬНОГО ТУРИЗМА В ХМАО-ЮГРЕ**

Федеральным законом «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации туристская деятельность признана одной из приоритетных отраслей экономики Российской Федерации [1]. Категория «социальный туризм» определена в данном законе как «туризм, полностью или частично осуществляемый за счет госбюджетных средств, средств государственных внебюджетных фондов, а также средств работодателей».

Основная цель социального туризма – формирование необходимых условий для получения туристских услуг тем гражданам, которым государство, негосударственные фонды, государственные и иные организации оказывают социальную поддержку: многодетным семьям, детям-сиротам, воспитанникам, учащимся и работающей молодежи, пенсионерам, инвалидам и малоимущим гражданам.

Система социального туризма представлена совокупностью социокультурных объектов и участников вдобавок принципов, ресурсов, включая льготы, предоставляющих малообеспеченным слоям населения возможность воспользоваться туристским отдыхом.

В нашей стране социальный туризм, в основном, считается как вспомогательный, предоставляющий загрузку туристских предприятий на время низкого сезона. Тем не менее, данная ситуация постепенно меняется в положительную сторону. Принята федеральная целевая программа «Улучшение внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации», в которой особое место уделяется улучшению социального туризма [2].

Рассмотрение развития туризма и государственной политики, проводимой в стране в постсоветский период, позволяют установить переориентирование государственной поддержки массового потребителя туристских услуг со среднестатистического жителя (в СССР) на категорию малообеспеченных. Гражданам, попадающим в эту категорию, выделяют дотации из средств, предназначенных на социальные нужды. При этом акцент делается не на туристское, а на санаторно-курортное, как более комплексное обслуживание. В тоже время происходящие в нашей стране демографические про-

цессы актуализировали проблему восстановления состояния здоровья, трудоспособности, улучшения профессиональных знаний и интеллектуальных способностей подавляющего большинства трудоспособного народа, не попадающего в категорию льготников. А ведь самочувствие и трудоспособность работающего населения является гарантией развития экономического и демографического потенциала Российской Федерации. Как демонстрирует практика организации социального туризма последних лет, бюджетных средств недостаточно даже для удовлетворения потребностей льготников [6, с. 592].

По мнению вице-президента Российского союза туриндустрии Ю.А. Барзыкина, «социальный туризм является важнейшим видом в системе туриндустрии, и необходим серьезный импульс для его улучшения и обращения к нему особого внимания со стороны государства и бизнеса» [2, с. 61].

Интерес государства и российской общественности к проблемам реализации социального туризма обусловлен ещё и тем, что улучшение мирового туризма ясно выявляет тенденции его регионализации, связанные, прежде всего, со стимулированием внутреннего туристского потока, осуществляемым государствами путем создания эффективных механизмов организации социального туризма. Такая политика дает возможность сократить отток за рубеж валютных средств, в какой-то мере решить проблему улучшения физических, духовных сил граждан, улучшить трудовой и интеллектуальный потенциал населения за счет внутренних ресурсов страны, способствует некоторому выравниванию социально-экономических различий между отдельными странами, регионами.

Благополучное функционирование туристской отрасли способствует росту региональных доходов, в том числе и валютных; образованию новой сферы занятости населения; стимулированию вовлечения в оборот дополнительных капиталов и инвестиций на территории регионов; сохранению природных национальных парков и заповедников, культурно-исторических памятников; оздоровлению экологической обстановки; развитию сферы услуг; обустройству населенных пунктов и дорог регионов.

Таким образом, встает проблема разработки эффективного механизма организации социального туризма на федеральном и региональном уровнях. Здесь следует отметить, что улучшение социального туризма как массового явления, прежде всего, находится в непосредственной зависимости от грамотной государственной социальной политики, политики в области улучшения туризма и требует соответствующей нормативно-правовой базы.

Законодательства подавляющего большинства государств рассматривают социальный туризм как экономическую категорию и относят к числу наиважнейших направлений туризма. Российским законом социальный туризм также признан приоритетным направлением туристской деятельности наряду с внутренним, въездным и самостоятельным туризмом. Однако, конкретный механизм государственной поддержки российского социального туризма до настоящего времени не разработан. Те структуры, которые участвуют в оказании услуг социального туризма, функционируют в условиях недостаточно разработанной нормативно-правовой базы. Профильный закон, регулирующий социальный туризм как вид туристской активности, до настоящего времени не принят. В условиях несоответствующего точным расходам уровня государственных дотаций, низкой покупательной способности отечественных социальных туристов производители туристских услуг вынужденно снижают себестоимость социального тура за счет уменьшения пакета обязательных услуг, ухудшения их качества.

Плохое качество обслуживания искусственно ограничивает потребление туристических и сопутствующих услуг со стороны платежеспособного народа. Поскольку выделяемых на организацию социального туризма государственных ресурсов недостаточно, требуется возникновение предпосылок для вовлечения внебюджетных источников его финансирования, в частности, средств работодателей, социальных организаций, цели которых сопряжены с целями социального туризма. Активизация конкурентных отношений между производителями туристских услуг стимулирует улучшение рыночной среды социального туризма. Это обуславливает необходимость поиска и внедрения новых подходов, форм и методов эффективной организации социального туризма на основе положительных наглядных примеров из отечественной и международной практики.

В регионах Российской Федерации процессы улучшения социального туризма обязаны быть направлены на улучшение инфраструктуры, изучению новых технологий туристского бизнеса, осуществление связей с зарубежными и российскими партнерами.

Следует отметить, что в нашей стране ещё довольно много регионов, туристический и культурный потенциал которых не оценен по достоинству. Одним из таких регионов, без всякого сомнения, является Ханты-Мансийский автономный округ – Югра, который известен во всем мире, нефтью и газодобычей. В последнее время туристские организации Югры прикладывают много усилий, чтобы продвинуть регион как туристическое направление, для чего существует множество объективных предпосылок. Округ обладает огромными природными запасами, способствующими развитию спор-

тивной и оздоровительной рекреации; Югра – интереснейший регион с точки зрения археологии, антропологии, и он может быть одним из центров этнографического туризма.

Руководствуясь постановлением Правительства Российской Федерации от 2 августа 2011 года № 644 «О федеральной целевой программе «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011–2018 годы)» и Концепцией развития внутреннего и въездного туризма, Департамент природных ресурсов и не сырьевого сектора экономики Ханты-Мансийского автономного округа – Югры разработал и утвердил направления улучшения туризма в Ханты-Мансийском автономном округе [3].

Богатый историко-культурный, туристско-рекреационный потенциал автономного округа определяет предназначение туристской отрасли в экономике автономного округа в качестве одного из экономических секторов. Успешное улучшение туристской отрасли проявит стимулирующее воздействие на улучшение таких сфер экономической деятельности, как услуги коллективных средств размещения, перевозка, связь, торговля, общепит, обеспечит действенное и устойчивое развитие на международный, федеральный и региональный рынки продукции традиционных видов деятельности коренных малочисленных народов Севера, а также выступит катализатором социально-экономического развития муниципальных образований автономного округа.

В автономном округе существуют 148 туристских предприятий (по состоянию на январь 2016 года), 16 туроператоров состоят в федеральном реестре туроператоров, имеют финансовую гарантию, из них: 11 туроператоров специализирующихся по внутреннему туризму, 5 – по международному и внутреннему [8].

Система организации социального туризма, сложившаяся в Ханты-Мансийском автономном округе – Югре, предусматривает льготные транспортные тарифы на воздушные и иные перевозки для детей, молодых людей, льготные прејскуранты на размещения в отелях для туристов. В качестве механизма уменьшения стоимости проживания отелями автономного округа для семейных и детских групп созданы льготные тарифы и предоставляются льготы и бонусы на размещение в выходные дни. Для стабилизации цен на туристские услуги существуют карты со скидками и льготами на посещение мероприятий отдыха и развлечений. При организации экскурсионных программ, межмуниципальных поездок для социально-льготных категорий важным является страхование туристов и обеспечение их безопасности.

Предприятия туристской индустрии ХМАО – Югра создают и реализуют разного рода путешествия в выходные дни для социально-льготных категорий населения, проживающих на территории Ханты-Мансийского автономного округа – Югры:

1. Социальный общеоздоровительный тур «Моя судьба – Югорский край», продолжительностью 2 дня, включает в себя пребывание, питание, обзорное путешествие с осмотром важных достопримечательностей г. Ханты-Мансийска.

2. Социальный тур «Югорские просторы» длительностью 3 дня, включает в себя пребывание, питание, путешествие с осмотром самых главных мест города Ханты-Мансийска и посещением музейных комплексов: «Музей природы и человека», Государственный художественный музей».

Реестр туристских программ и экскурсионных маршрутов каждый год пополняется их количество растет: 2009 год – 98 программ, 2010 год – 104 программ, 2011 год – 287 программ. По статистике количество человек, принимающих участие в таких акциях и кампаниях, составляет в 2009 году 138,2 тысяч человек, что на 11% уменьшился, чем в 2010 году (153,5), и на 83% меньше, чем в 2011 году (253,5 тыс. чел.) [8].

Главными источниками финансирования региональных программ улучшения индустрии туризма в ХМАО являются денежные средства местной бюджете и муниципальные займы, государственное финансирование инвестиционных проектов, финансовое обеспечение экологической сферы. Общее руководство в сфере улучшения туризма ведет губернатор автономного округа и его заместитель, ответственный за социальную политику. В Правительстве округа существует Комитет по туризму при Департаменте природных и несырьевых ресурсов Ханты-Мансийского автономного округа – Югры. Задач Комитета по туризму: осуществление государственной политики в сфере туризма, создание всех условий для развития въездного и внутреннего туризма, улучшение туристской индустрии в округе, формирование представления об округе, улучшение сотрудничества в сфере туризма [4].

Анализ ситуации в сфере туризма в Ханты-Мансийском автономном округе – Югре демонстрирует, что созданный комплекс государственных мер по развитию и улучшению туристской инфраструктуры, в том числе, предоставление грантов Ханты-Мансийского автономного округа – Югры, оказывает решающего влияния на позитивное изменение ситуации.

Необходимо увеличение государственной поддержки по улучшению развития инфраструктуры для разных видов туризма наряду с информационной поддержкой внутреннего и въездного туризма, а также увеличение качества предоставляемых услуг. Требуется решить проблему о выделении расходов на туризм отдельным разделом в бюджетной классификации при соответствующих ежегодных ассигнованиях из федерального бюджета.

Следует отметить, что прямая государственная поддержка туризма в целом, и социального туризма в частности, практически нереальна. В современных условиях необходимо искать другие подходы к решению этой проблемы, в частности, в поиске компромиссных вариантов прямой и косвенной долевой поддержки социального туризма государством, негосударственными фондами, туристскими предприятиями и другими заинтересованными организациями.

Улучшение социального туризма по этому варианту будет происходить по этапам:

- принятие закона, определяющего экономико-правовые основы функционирования социального туризма;
- формирование в рамках Государственного комитета РФ по физической культуре, спорту и туризму комиссии (ассоциации, фонда) по вопросам социального туризма;
- применение государственных рычагов для координации механизмов становления социального туризма;
- формирование социального туризма [6, с. 594].

По итогам работы, можно сделать вывод, что социальный туризм только тогда станет реальным явлением, когда он будет обоснован экономически. Население нашей страны сможет оценить преимущества социального туризма только при условии обеспечения его реально действующим организационно-экономическим механизмом, опирающимся на реальную материальную и финансовую основу.

Улучшение туристско-рекреационного комплекса нуждается в производстве совершенного механизма управления туристскими ресурсами и индустрией Ханты-Мансийского автономного округа – Югры. Механизм управления обязан всегда обеспечивать эффективное управление улучшением туризма как межотраслевым комплексом, соединяющим, генерирующим и поддерживающим улучшение немногих отраслей экономики. Адаптируя международный опыт системы социального туризма и исходя из состояния российской экономики, в регионе следует создать эффективный организационно-экономический механизм формирования социального туризма.

#### Литература

1. Федеральный закон «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» от 24 ноября 1996 года № 132-ФЗ (в ред. ФЗ от 0.04.2016).
2. Федеральная целевая программа «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011-2018 годы)», утверждена распоряжением Правительства Российской Федерации от 19 июля 2010 г. № 1230-р.
3. Постановление Правительства Ханты-Мансийского автономного округа – Югры от 9 октября 2013 года п 427-п о государственной программе Ханты-Мансийского автономного округа – Югры «Развитие культуры и туризма в Ханты-Мансийском автономном округе – Югре на 2016-2020 годы» (с изменениями на 28.10.2016).
4. Положение о комитете по туризму ХМАО – Югры // Постановление Правительства ХМАО – Югры от 07.04.2003 г. № 115-п.
5. Барзыкин Ю.А. Проблемы и перспективы развития социального туризма в России // Аналитический вестник. – 2014. – № 5 (523). – С. 59–64.
6. Кулюшина Н.Е., Лигидов Р.М. Организационно-экономический механизм поддержки социального туризма // Фундаментальные исследования. – 2015. – № 12-3. – С. 591–594.
7. Лигидов Р.М. Инновационное развитие туристско-рекреационного комплекса региона / Р.М. Лигидов, Е.О. Таппасханова, З.А. Мустафаева, М.З. Кудашева // Современные проблемы науки и образования. – 2012. – № 4. – С. 201–202.
8. Официальный сайт органов государственной власти ХМАО– Югры. URL: <http://www.admhmao.ru/> (дата обращения: 16.03.2017).