

ИННОВАЦИОННЫЙ ЦЕНТР РАЗВИТИЯ ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ
INNOVATIVE DEVELOPMENT CENTER OF EDUCATION AND SCIENCE



**Актуальные вопросы экономики, менеджмента и
финансов в современных условиях**

Выпуск IV

**Сборник научных трудов по итогам
международной научно-практической конференции
(11 января 2017 г.)**

г. Санкт-Петербург

2017 г.

Актуальные вопросы экономики, менеджмента и финансов в современных условиях,
/ Сборник научных трудов по итогам международной научно-практической конференции.
№ 4г. Санкт-Петербург, 2017. 194 с.

Редакционная коллегия:

к.э.н., доцент Бекулов Х.М. (г. Нальчик), к.э.н., доцент Безпалов В.В. (г. Москва), к.э.н., доцент Бескоровайна С.А. (г. Москва), к.э.н., доцент Бирюков В.А. (г. Москва), к.э.н., доцент Бобыль В.В. (г. Днепропетровск), д.э.н., профессор Богатая И.Н. (г. Ростов-на-Дону), д.э.н., профессор Булгучев М.Х. (г. Магас), к.э.н., доцент Викторова Т.С. (г. Вязьма), д.э.н., доцент Виноградова М.В. (г. Москва), к.э.н., доцент Гафиуллина Л.Ф. (г. Казань), д.э.н., доцент Гонова О.В. (г. Иваново), к.э.н., доцент Гурфова С.А. (г. Нальчик), к.э.н., доцент Дзюба А.В. (г. Комсомольск-на-Амуре), к.э.н. Дубровин С.А. (г. Санкт-Петербург), д.э.н., доцент Евстафьева Е.М. (г. Ростов-на-Дону), к.э.н., доцент Емельянова Г.А. (г. Чебоксары), к.э.н. Желнова К.В. (г. Ижевск), к.э.н., доцент Калашников А.А. (г. Ставрополь), к.э.н., доцент Крючкова Л.В. (г. Киров), к.э.н., доцент, профессор Курпаяниди К.И. (г. Фергана), д.э.н., профессор Макаров В.В. (г. Санкт-Петербург), д.э.н., доцент Миролубова А.А. (г. Иваново), к.э.н., доцент Мошкин И.В. (г. Ростов-на-Дону), к.э.н., доцент Мызникова Т.Н. (г. Челябинск), к.э.н., доцент Мурзин А.Д. (г. Ростов-на-Дону), к.э.н., доцент Найденова М.В. (г. Саратов), к.э.н. Никитина А.А. (г. Кумертау), д.э.н., доцент Паштова Л.Г. (г. Москва), к.э.н., доцент Руденко М.Н. (г. Пермь), д.э.н., профессор Санталова М.С. (г. Воронеж), к.э.н., доцент Соболева С.Ю. (г. Волгоград), к.э.н., доцент Стрельников Е.В. (г. Екатеринбург), к.э.н., доцент Талалушкина Ю.Н. (г. Челябинск), к.э.н., доцент Терентьева О.Н. (г. Саратов), д.э.н., профессор Тинасилов М.Д. (г. Алматы), д.э.н., доцент Тугускина Г.Н. (г. Пенза), к.т.н., доцент Тытарь А.Д. (г. Ростов-на-Дону), к.э.н., доцент Уркумбаева А.Р. (г. Алматы), к.ф.-м.н., доцент Шматков Р. Н. (г. Новосибирск).

В сборнике научных трудов по итогам III Международной научно-практической конференции **«Актуальные вопросы экономики, менеджмента и финансов в современных условиях»**, г. Санкт-Петербург представлены научные статьи, тезисы, сообщения студентов, аспирантов, соискателей учёных степеней, научных сотрудников, ординаторов, докторантов, практикующих специалистов Российской Федерации, а также коллег из стран ближнего и дальнего зарубежья.

Авторы опубликованных материалов несут ответственность за подбор и точность приведенных фактов, цитат, статистических данных, не подлежащих открытой публикации. Мнение редакционной коллегии может не совпадать с мнением авторов. Материалы размещены в сборнике в авторской правке.

Сборник включен в национальную информационно-аналитическую систему "Российский индекс научного цитирования" (РИНЦ).

Оглавление

СЕКЦИЯ №1.	
ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ТЕОРИЯ (СПЕЦИАЛЬНОСТЬ 08.00.01)	9
ИНФОРМАЦИОННЫЕ СИСТЕМЫ В ЭКОНОМИКЕ	
Барковская О.Р., Корзоватых Ж.М.	9
К ВОПРОСУ О СБАЛАНСИРОВАННОСТИ РЫНКА ТРУДА РОССИИ НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ	
Темирболатова С.Х.	12
ТЕОРИЯ КОНКУРЕНЦИИ: ИСТОРИЧЕСКИЕ ФОРМЫ ПРОЯВЛЕНИЯ И СОВРЕМЕННОЕ ПОНИМАНИЕ	
Цхададзе Н.В.	14
ОБ АКТУАЛЬНОСТИ И ВОСТРЕБОВАННОСТИ УЧЕНИЯ КАРЛА МАРКСА	
Шевцов В.В., Чижик В.А., Корохов С.С.	24
СЕКЦИЯ №2.	
ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ НАРОДНЫМ ХОЗЯЙСТВОМ (СПЕЦИАЛЬНОСТЬ 08.00.05)	26
ОСОБЕННОСТИ ПРОДВИЖЕНИЯ ТУРИСТИЧЕСКИХ УСЛУГ РЕГИОНОВ НА МИРОВОЙ РЫНОК	
Ахмедова М.Р.	26
ГИПЕРТЕКСТУАЛЬНОСТЬ, ИНТЕРАКТИВНОСТЬ И МУЛЬТИМЕДИЙНОСТЬ КАК КЛЮЧЕВЫЕ СВОЙСТВА СОВРЕМЕННЫХ ИНТЕРНЕТ-СМИ	
Бирюков В.А.	28
МОНИТОРИНГ СФЕРЫ ОБРАЗОВАНИЯ: СОВРЕМЕННЫЕ УСЛОВИЯ И ПРОБЛЕМЫ	
Болгов С.А., Болгова Е.В.	30
ОСОБЕННОСТИ КОНКУРЕНЦИИ НА ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННОМ РЫНКЕ	
Бражникова А.С.	33
УЧАСТИЕ ПРЕДПРИЯТИЙ МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА В ОБЛАСТИ ВЫСОКОТЕХНОЛОГИЧНОГО ПРОИЗВОДСТВА	
Ганин А.Н.	38
АНТРОПОГЕННАЯ НАГРУЗКА НА СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННЫЕ РАЙОНЫ РОСТОВСКОЙ ОБЛАСТИ	
Губачев В.А., Нурув Н. З.	40
СТРАТЕГИЯ РЕГИОНАЛЬНОГО РАЗВИТИЯ КЫРГЫЗСТАНА: РЕАЛИИ, РИСКИ И НОВЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ	42
Джаилов Д.С., Джаилова А.Д. STRATEGY FOR REGIONAL DEVELOPMENT OF KYRGYZSTAN: REALITIES, RISKS AND NEW OPPORTUNITIES	
Dzhailov Cumabek, Dzhailova Asel	42
ЛОКАЛЬНЫЙ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЙ РЫНОК: СУЩНОСТЬ, СТРУКТУРА И ПРОБЛЕМЫ ОПРЕДЕЛЕНИЯ	
Ладейщикова А.А.	47
КЛАССИФИКАЦИИ КОЛЛЕКТИВНЫХ СРЕДСТВ РАЗМЕЩЕНИЯ: ПОНЯТИЕ И ОПЫТ	
Олейник Д.В.	52

ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЕ МАЛОГО И СРЕДНЕГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА И СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА В РОССИИ Попова Н.Е., Осинцев С.И., Кондрашова Ю.В., Рыбалкина М.Н.....	55
О ПРОБЛЕМАХ КАДРОВОГО ПЛАНИРОВАНИЯ И ПОДГОТОВКИ СПЕЦИАЛИСТОВ ДЛЯ КАПИТЕЛЬНОГО СТРОИТЕЛЬСТВА РЕГИОНА Праслов В. А.	57
АГРООБРАЗОВАНИЕ: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ В АГРОБИЗНЕСЕ КРАСНОДАРСКОГО КРАЯ Путилина И.Н., Варава А.В.	59
РОЛЬ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ РЕГИОНА В ОБЕСПЕЧЕНИИ ПРОДОВОЛЬСТВЕННОЙ БЕЗОПАСНОСТИ Сафронова Ю.В., Юшин И.В.....	62
БИЗНЕС-МОДЕЛИРОВАНИЕ – ОРГАНИЗАЦИОННЫЙ ИНСТРУМЕНТ ПОСТРОЕНИЯ СОВРЕМЕННОЙ КОРПОРАЦИИ Степанова Г.Н.	64
ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И ПРИКЛАДНЫЕ ОСНОВЫ СТРАТЕГИИ ТРАНСПОРТНОГО МЕЗОПЛАНИРОВАНИЯ Хмельницкий А.Д., Хмельницкая С.А.	67
ОЦЕНКА СОСТОЯНИЯ АПК РЕСПУБЛИКИ КАЗАХСТАН НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ РАЗВИТИЯ Ченгельбаев Ж.М.	69
ФИНАНСОВОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ИНТЕГРАЦИОННЫХ ПРОЦЕССОВ: ПЛАН НАДЕЛЕНИЯ СОТРУДНИКОВ АКЦИОНЕРНЫМ КАПИТАЛОМ Шаронин П.Н.	74
КОНЦЕПЦИИ ФИНАНСОВОГО МЕНЕДЖМЕНТА ЧЕРЕЗ ПРИЗМУ СФЕРЫ НЕДВИЖИМОСТИ Шевцов В. В., Можегова В. Д.	76
СЕКЦИЯ №3.	
ФИНАНСЫ, ДЕНЕЖНОЕ ОБРАЩЕНИЕ И КРЕДИТ (СПЕЦИАЛЬНОСТЬ 08.00.10).....	78
ТЕНДЕНЦИИ И ПУТИ РАЗВИТИЯ РОССИЙСКОГО РЫНКА АКЦИЙ Акинина В.П., Панина Д.Д.	78
СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ РЫНКА АКЦИЙ В РОССИИ Коркмазова Д.В., Кубанова А.М.	81
ПРЕИМУЩЕСТВА ФИНАНСОВОЙ АРЕНДЫ (ЛИЗИНГА) В СРАВНЕНИИ С БАНКОВСКИМ КРЕДИТОВАНИЕМ Лазарева Н.А., Шихаева Д.Р.....	84
ОПТИМИЗАЦИЯ ДЕНЕЖНЫХ ПОТОКОВ НА ПРЕДПРИЯТИИ Молчанова О.В., Комлева А.А.	87
КОММЕРЧЕСКИЙ БАНК КАК УЧАСТНИК ГОСУДАРСТВЕННО-ЧАСТНОГО ПАРТНЕРСТВА – ОБОСНОВАНИЕ НЕОБХОДИМОСТИ Сунцова Н.В.	90
СТРАТЕГИЧЕСКИЕ ИНДИКАТОРЫ КУРОРТНО–РЕКРЕАЦИОННОГО ПОТЕНЦИАЛА РЕГИОНА Шевчук Е.С., Улыбина Л.К.	92

СЕКЦИЯ №4.	
БУХГАЛТЕРСКИЙ УЧЁТ, СТАТИСТИКА	
(СПЕЦИАЛЬНОСТЬ 08.00.12)	98
ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ УЧЕТА ПО ЦЕНТРАМ ФИНАНСОВОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ В ТОРГОВЛЕ	
Адамова Г.А., Свиридова Э.А.	98
РИСКИ В БУХГАЛТЕРСКОМ УЧЕТЕ И ОТЧЕТНОСТИ	
Бочкарева И.И.	101
АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ УЧЕТА ЗАТРАТ И ВЫХОДА ПРОДУКЦИИ ЖИВОТНОВОДСТВА	
Дегальцева Ж. В., Лиманская Е. А., Китнюк М. В.	104
МОДЕЛЬ ОРГАНИЗАЦИИ ДОКУМЕНТООБОРОТА ПРИ ПОЗАКАЗНОМ МЕТОДЕ УЧЕТА ЗАТРАТ НА ПРОИЗВОДСТВО	
Романькова Т.В., Ёлгина Е.А.	107
СЕКЦИЯ №5.	
МАТЕМАТИЧЕСКИЕ И ИНСТРУМЕНТАЛЬНЫЕ МЕТОДЫ ЭКОНОМИКИ	
(СПЕЦИАЛЬНОСТЬ 08.00.13)	112
СЕКЦИЯ №6.	
МИРОВАЯ ЭКОНОМИКА (СПЕЦИАЛЬНОСТЬ 08.00.14)	112
ОСОБЕННОСТИ ПРИМЕНЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКИХ САНКЦИЙ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ	
Кайгородов-Хамошин Р.А.	
FEATURES OF APPLICATION OF ECONOMIC SANCTIONS IN MODERN CONDITIONS	
Kaigorodov-Khamoshin R. A.	112
ПЯТЬ ПРЕДСКАЗАНИЙ КАРЛА МАРКСА В МИРОВОЙ ЭКОНОМИКЕ	
Шевцов В.В., Кулиш Н.Л., Долотова А.В.	115
СЕКЦИЯ №7.	
БАНКОВСКОЕ И СТРАХОВОЕ ДЕЛО	116
ПРОБЛЕМЫ И ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ БАНКОВСКОЙ СИСТЕМЫ В ПЕРИОД КРИЗИСА	
Похабова А.Е., Харламова О.В.	117
СЕКЦИЯ №8.	
ИННОВАЦИОННЫЕ ПОДХОДЫ В СОВРЕМЕННОМ МЕНЕДЖМЕНТЕ	118
ЗАДАЧИ ИННОВАЦИОННОЙ ПОЛИТИКИ ОПЕРАТОРА МОБИЛЬНОЙ СВЯЗИ	
Макаров В.В., Горбатько А.В.	118
СТРАТЕГИЧЕСКОЕ УПРАВЛЕНИЕ ИННОВАЦИОННЫМ РАЗВИТИЕМ МЕЖДУНАРОДНЫХ КОМПАНИЙ НЕФТЕГАЗОВОЙ ОТРАСЛИ	
Шевцов В.В., Брылякова О.А.	121
СЕКЦИЯ №9.	
ВОПРОСЫ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ В СОВРЕМЕННОЙ ЭКОНОМИКЕ	126
ГОСУДАРСТВЕННОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ЦЕН НА ПРОДОВОЛЬСТВЕННЫЕ ТОВАРЫ В УСЛОВИЯХ ЭКОНОМИЧЕСКОГО КРИЗИСА	
Ембулаев А.С.	126

ПРАГМАТИЧНЫЙ ПОДХОД В ВОПРОСАХ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ, КАК ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ Утегенова Г.С.....	130
ПРОБЛЕМА УСТАНОВЛЕНИЯ ЦЕН НА ИННОВАЦИОННУЮ ПРОДУКЦИЮ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ. Фаюстова В.В., Пронина Н.Н.	133
СЕКЦИЯ №10.	
МИРОВАЯ ЭКОНОМИКА И МЕЖДУНАРОДНЫЕ ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ОТНОШЕНИЯ.....	135
РОССИЯ И КАЗАХСТАН: ТОРГОВОЕ СОТРУДНИЧЕСТВО В РАМКАХ ЕАЭС Болтянская Т. О.	135
ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ СОВРЕМЕННЫХ ТАМОЖЕННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ НА ТЕРРИТОРИИ ЕВРАЗИЙСКОГО ЭКОНОМИЧЕСКОГО СОЮЗА Тимофеева Е.Ю.....	138
СЕКЦИЯ №11.	
МАРКЕТИНГ	142
ПРИМЕНЕНИЕ МОДЕЛИ 7P ДЛЯ РАЗРАБОТКИ КОМПЛЕКСА МАРКЕТИНГА СОЦИАЛЬНЫХ УСЛУГ Кремер К.И.....	143
МЕТОДЫ ПАРТИЗАНСКОГО МАРКЕТИНГА ДЛЯ ЮВЕЛИРНОЙ КОМПАНИИ Пономарева Е. А., Пронина И.В., Шацкова А. Ю.....	145
ЭФФЕКТИВНОЕ РАСПРЕДЕЛЕНИЕ РЕСУРСОВ ПРИ ВЫХОДЕ КОМПАНИИ НА МЕЖДУНАРОДНЫЕ РЫНКИ Пронина И.В., Шацкова А. Ю., Воронцова Г.В	147
ЭФФЕКТИВНАЯ РЕАЛИЗАЦИЯ МАРКЕТИНГОВОЙ СТРАТЕГИИ ПО ВЫХОДУ НА ВНЕШНИЕ РЫНКИ ДЛЯ ЮВЕЛИРНОЙ КОМПАНИИ Пономарева Е. А., Пронина И.В., Шацкова А. Ю.....	150
СЕКЦИЯ №12.	
PR И РЕКЛАМА	152
СЕКЦИЯ №13.	
ОПЕРАЦИОННЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ	152
СЕКЦИЯ №14.	
ПРОБЛЕМЫ МАКРОЭКОНОМИКИ.....	152
СЕКЦИЯ №15.	
ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИХ ОТНОШЕНИЙ	152
СЕКЦИЯ №16.	
СТРАТЕГИЧЕСКИЙ МЕНЕДЖМЕНТ.....	152
СТРАТЕГИЧЕСКОЕ УПРАВЛЕНИЕ ИННОВАЦИЯМИ НА ПРЕДПРИЯТИИ: ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И ФУНКЦИОНАЛЬНЫЕ АСПЕКТЫ Коноваленко Ю. А.....	152
СЕКЦИЯ №17.	
ТЕОРИЯ УПРАВЛЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКИМИ СИСТЕМАМИ	154
ТЕОРИЯ КОНТРАКТОВ И РАБОТЫ НОБЕЛЕВСКИХ ЛАУРЕАТОВ 2016 ГОДА ПО ЭКОНОМИКЕ Шевцов В.В., Бардаков Н.С., Галкин Д.И.....	155

СЕКЦИЯ №18.	
ТЕОРИЯ СОВРЕМЕННОГО МЕНЕДЖМЕНТА	157
СОВРЕМЕННЫЕ МЕТОДЫ ИДЕНТИФИКАЦИИ И ОЦЕНКИ РИСКОВ В ИНВЕСТИЦИОННЫХ ПРОЕКТАХ	
Клишин А.И.	157
УПРАВЛЕНИЕ ПРОЕКТАМИ В СОЦИАЛЬНОЙ СФЕРЕ	
Новикова Н. А.....	159
АГЕНТСКИЕ КОНФЛИКТЫ И КОНЦЕПЦИЯ АГЕНТСКИХ ОТНОШЕНИЙ	
Шевцов В. В., Шаповалова Г. И.....	161
СЕКЦИЯ №19.	
УПРАВЛЕНИЕ И РАЗВИТИЕ ПЕРСОНАЛА	163
РАЗВИТИЕ КАДРОВОГО ПОТЕНЦИАЛА МУНИЦИПАЛЬНЫХ ОРГАНОВ НА ОСНОВЕ ПЛАНИРОВАНИЯ И ПРОГНОЗИРОВАНИЯ	
Кулькова Е. А.....	164
РАЗВИТИЕ ЧЕЛОВЕЧЕСКИХ РЕСУРСОВ КАК ОСНОВА РАЗВИТИЯ ОРГАНИЗАЦИОННОГО ПОТЕНЦИАЛА (НА ПРИМЕРЕ ПАО «СБЕРБАНК»)	
Шабаета Л.Р.	165
СЕКЦИЯ №20.	
ФИНАНСЫ И НАЛОГОВАЯ ПОЛИТИКА	169
ПРОБЛЕМЫ ОПТИМИЗАЦИИ НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ В РФ	
Косарева А.Н.....	169
СЕКЦИЯ №21.	
ЭКОНОМИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ РЕГИОНАЛЬНОГО РАЗВИТИЯ	171
НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ И СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ АГРОПРОМЫШЛЕННОГО КОМПЛЕКСА КЫРГЫЗСТАНА	
Гулаков С.Е., Сомов Е.Н.....	171
МЕТОДИКИ ИДЕНТИФИКАЦИИ КЛАСТЕРОВ: ПРЕИМУЩЕСТВА И НЕДОСТАТКИ. ПРОБЛЕМЫ ИХ ПРИМЕНЕНИЯ В УСЛОВИЯХ РОССИЙСКОЙ ЭКОНОМИКИ	
Савинова О.В., Денисова Д.П.	173
РАЗРАБОТКА ПРОЕКТНОГО ПРЕДЛОЖЕНИЯ ПО СОВЕРШЕНСТВОВАНИЮ РАЗДЕЛА «РАЗВИТИЕ ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО КАПИТАЛА» СТРАТЕГИИ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ РЕСПУБЛИКИ САХА (ЯКУТИЯ) НА ПЕРИОД ДО 2030 ГОДА С ОПРЕДЕЛЕНИЕМ ЦЕЛЕВОГО ВИДЕНИЯ ДО 2050 ГОДА	
Тастыгина Л.А., Куприянова С.В.	176
К ВОПРОСУ О ФОРМИРОВАНИИ ДОХОДОВ МЕСТНЫХ БЮДЖЕТОВ	
Щербань Е.Г.....	178
СЕКЦИЯ №22.	
ЭКОНОМИКА ТРУДА И УПРАВЛЕНИЕ ПЕРСОНАЛОМ	181
СИСТЕМА УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ В ОРГАНИЗАЦИИ	
Амирбаева А.Ш.	181
УПРАВЛЕНЧЕСКИЕ И ФИНАНСОВЫЕ МЕХАНИЗМЫ, ОБЕСПЕЧИВАЮЩИЕ РОСТ ПРОИЗВОДИТЕЛЬНОСТИ ТРУДА И СТОИМОСТИ КОМПАНИИ ЧЕРЕЗ СИСТЕМУ ВОЗНАГРАЖДЕНИЯ И МОТИВАЦИИ ПЕРСОНАЛА	
Жанкулов Б.К.....	184

ВЫЯВЛЕНИЕ ВОЗМОЖНОСТЕЙ ДЛЯ ОПТИМИЗАЦИИ РАЗДЕЛЕНИЯ ТРУДА НА ВЫСОКОТЕХНОЛОГИЧНЫХ ПРЕДПРИЯТИЯХ АВИАЦИОННОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ	
Комарова Н.В.	188
СЕКЦИЯ №23.	
ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ НАРОДОНАСЕЛЕНИЯ И ДЕМОГРАФИЯ	190
СЕКЦИЯ №24.	
ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ КАЧЕСТВОМ	191
ПЛАН КОНФЕРЕНЦИЙ НА 2017 ГОД.....	192

СЕКЦИЯ №1.

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ТЕОРИЯ (СПЕЦИАЛЬНОСТЬ 08.00.01)

ИНФОРМАЦИОННЫЕ СИСТЕМЫ В ЭКОНОМИКЕ

Барковская О.Р., Корзоватых Ж.М.

Государственный университет управления, г. Москва

Аннотация: в статье анализируется влияние информационных систем на экономику на федеральном и региональном уровнях

Ключевые слова: информационная система, экономика, эффективность работы.

При создании или при классификации информационных систем (далее – ИС) неизбежно возникают проблемы, связанные с формальным — математическим и алгоритмическим описанием решаемых задач. От степени формализации во многом зависят эффективность работы всей системы, а также уровень автоматизации, определяемый степенью участия человека при принятии решения на основе получаемой информации. Чем точнее математическое описание задачи, тем выше возможности компьютерной обработки данных и тем меньше степень участия человека в процессе ее решения. Это и определяет степень автоматизации задачи.

К основным функциям ИС относятся функции сбора и регистрации информационных ресурсов, их хранение, обработка, актуализация, а также обработка запросов пользователя.

Под проектированием автоматизированных экономических информационных систем понимается процесс разработки технической документации, связанный с организацией системы получения и преобразования исходной информации в результативную, т.е. с организацией автоматизированной информационной системы. Документ, полученный в процессе проектирования, носит название проект. Под проектированием автоматизированных экономических информационных систем понимается процесс разработки технической документации, связанный с организацией системы получения и преобразования исходной информации в результативную, т.е. с организацией автоматизированной информационной технологии.

Документ, полученный в результате проектирования, носит название проект. Целью проектирования является подбор технического и формирование информационного, математического, программного и организационно-правового обеспечения. Успешная работа ИЭС в первую очередь определяется качеством проектирования, именно при проектировании создается система, способная функционировать при постоянном ее совершенствовании. Проектирование и функционирование экономических систем основывается на системотехнических принципах, отражающих важнейшие положения общей теории систем, системного проектирования др. наук, обеспечивающих надежность эксплуатации и экономичность, как при проектировании, так и при использовании систем[1].

На федеральном уровне существует, к примеру, информационная система Банка России. Банком России издано Положение от 4 августа 2005 года N 274-П «Об электронной информационной системе Банка России». В данном положении прописаны условия и правила использования Электронной информационной системы (ЭИС) Банка России, установлены принципы ее создания и взаимодействия между пользователями системы.

Росстат так же обладает электронной информационной системой, которая в открытом доступе содержит проанализированную и сгруппированную информация по различным отраслям. Также, на портале Росстата можно увидеть базы данных. Например,:

1. Центральная база статистических данных.

Данная база предоставляет информацию по таким разделам, как внешнеторговый оборот, экспорт и импорт, государственные финансы и денежное обращение, демография, доходность, национальные счета и др.

2. Единая межведомственная информационно-статистическая система (ЕМИСС). Данная система содержит официальную статистическую информацию, формируемую субъектами официального статистического учета, в рамках Федерального плана статистических работ. ЕМИСС создана и введена в эксплуатацию в соответствии с Постановлением Правительства РФ от 26 мая 2010г. № 367.

В настоящее время, инфляция - один из самых болезненных и опасных процессов, негативно воздействующих на финансовую, денежную и экономическую систему в целом. Поэтому, она имеет свои последствия: перемещение капитала из сферы производства в сферу обращения, нарушение товарооборота через закон денежного обращения, ажиотажное приобретение товаров, усиление спекулятивной торговли, расстройство кредитно-денежной системы.

Нужно понимать, что информационная система является лишь инструментом для проведения антиинфляционной политики, но она не является прямым рычагом воздействия, таким, как цена или валютный курс. Можно сделать вывод о том, что использование информационных систем во многом упрощает и ускоряет процесс регулирования и контроля инфляционного процесса. Установление денежного обращения и выведение инфляции, требует целеустремленности и четких решений, которые будут применены на практике[2].

Итак, мы рассмотрели влияние информационной экономической системы на инфляционный процесс на федеральном уровне.

В настоящее время в большинстве регионов России были созданы базовые информационные системы, автоматизирующие отдельные типовые направления деятельности и различные офисные технологии для всех уровней территориального управления.

К примеру, в экономической отрасли важными являются информационные системы земельного кадастра и объектов недвижимости, управления природопользованием, транспортного комплекса и др.

В настоящее время на федеральном уровне решаются вопросы информационно-коммуникационного пространственного управления:

- законодательное обеспечение развития ИКТ в стране;
- вопросы информационно-консультационной, методической, организационной и финансовой поддержки регионов в этом направлении и др.

На уровне субъектов Российской Федерации прорабатываются, в том числе вопросы управления развитием региональных информационных систем и ресурсов. Это происходит с учетом возможностей и условий развития каждого конкретного региона с целью интеграции региональной и федеральной информационно-технологической инфраструктуры, и формирования общего национального информационно-коммуникационного пространства[3].

Развитие региональных информационных систем происходит в сфере производства (информационные системы обеспечения промышленно-производственного процесса), товарно-денежного обращения (информационные системы обеспечения движения товаров и услуг в регионе), финансово-кредитной сфере (информационные системы обеспечения движения финансовых потоков), функциональной сфере (информационные системы обеспечения информационной открытости органов власти в регионе), сфере инноваций (информационные возможности обеспечения квалифицированными кадрами в сфере IT-технологий); социальной сфере (информационные системы обеспечения домохозяйств комплексом IT-услуг в регионе) и др.,[4].

Таким образом, учитывая выше сказанное, основными направлениями совершенствования информационных систем с целью повышения эффективности территориального управления в экономической сфере являются:

- расширение внедрения ИКТ в социально-экономические процессы на территории региона, в том числе развитие системы электронной торговли, электронных платежных систем, повышение эффективности функционирования государственного управления, создание архитектуры «электронного правительства» в регионе.
- предоставление экономическим агентам возможности широкого использования информации для повышения эффективности их деятельности;
- обеспечение информационной поддержки функционирования процессов сбора информации, подготовки принятия управленческих решений, контроля ожидаемых результатов;
- интеграция региональных информационных систем с российским и мировым информационным пространством.

Значительный экономический эффект от работы информационных систем, особенно стратегических, в субъектах Российской Федерации связан с обеспечением более качественного, своевременного и комплексного решения задач использования материальных, трудовых, финансовых и иных территориальных ресурсов, а также прогнозированием и планированием социально-экономического развития региона.

На межотраслевом уровне управления создание информационных систем направлено на повышение эффективности работы совокупности отраслей, взаимодействующих между собой посредством производственно-хозяйственных связей и объединенных по принципу общей цели производства продукции или услуг. Одним из факторов экономической эффективности на этом иерархическом уровне является уменьшение потерь, связанных с недостаточной координацией и синхронизацией производственно-хозяйственной деятельности отраслей на определенной территории[5].

На отраслевом уровне управления информатизация позволяет обеспечить более рациональное использование ресурсов за счет оптимизации планово-управленческих решений, проведения вариантных расчетов, повышения оперативности управления в масштабе всей отрасли. Для информационных систем локального уровня производственной сферы и сферы услуг факторы экономической эффективности определяются, прежде всего, сокращением прямых потерь ресурсов и потерь от недоиспользования основных производственных фондов. Это достигается за счет улучшения технико-эксплуатационных и экономических показателей деятельности организации, а также автоматизации технологического процесса обработки информации[6].

Вышесказанное даст сравнительные преимущества в ИКТ в различных регионах или отраслях экономики, которые могут усиливать неравномерное распределение экономических выгод. Кроме того, ИКТ могут предоставлять новые решения для обеспечения равномерного распределения экономических выгод. И, конечно, развитие ИКТ стимулирует инвестиции в научные исследования и разработки в этой области, предприятия готовы вкладывать больше средств в реализацию ИКТ. Реализация вышесказанного приведет к возникновению новых видов предпринимательской деятельности, которые будут связаны с обеспечением инфраструктуры ИКТ и предоставлением необходимых услуг населению.

Внедрение ИКТ требует, несомненно, значительных ресурсов, что включает в себя модернизацию основных фондов посредством применения передовых технологий, подготовки квалифицированных кадров. Но данные задачи необходимо решать лишь совместно со всесторонним научным обоснованием направлений развития субъекта Российской Федерации. То есть необходимо создать процесс, который будет направлен на создание и применение знаний, проведение исследований, внедрение разработок в различных организационных формах с целью наиболее эффективного развития[7].

Таким образом, вопросы, связанные с повышением эффективности управления региональной экономикой посредством использования информационных систем в рамках регулирования развития хозяйственных процессов, в настоящее время являются чрезвычайно актуальными. Это обусловлено, в том числе необходимостью обеспечения рационального использования имеющихся в регионах ресурсов, эффективной реализации потенциала территории и использованию преимуществ межтерриториального взаимодействия. Направления и конкретные мероприятия, направленные на активизацию внедрения ИКТ в производственные процессы на региональном уровне, не могут не вызывать к себе повышенного внимания как со стороны научных организаций, бизнес-сообщества, органов государственной власти, так и со стороны общественности[8].

¹ Усольцев А.А. Информационные системы в экономике: Конспект лекций.,2009. 69 с.

² Смалюга А.В. Обзор информационных систем в области исследования инфляционных явлений в экономике // Экономика и менеджмент инновационных технологий – 2015 - №4-1 (43) – с.26-29

³ Демидов В.А. Лебедева Н.Н. Олейник О.С. Региональная инновационная система. Потенциал и тенденции развития. Монография. Волгоград. Изд-во Волгоградского государственного университета. 2008.

⁴ Юрьева А.А. ИКТ в социально-экономическом развитии региона: постановка вопроса // Международный научно-исследовательский журнал. 2012. № 1 (1).

⁵ Логинов В.Н. Информационные технологии управления: учебное пособие/ В.Н. Логинов – М.: КНОРУС. 2008

⁶ Гумерова Г. Шаймиева Э. Современные подходы к формированию инновационно- технологичных систем региона // Инвестиции в России. № 2. 2011. С. 40 – 44

⁷ Казаков К.В., Носачевская Е.А. Роль информационно-коммуникационных технологий в решении актуальных вопросов научного обеспечения экономики региона // Управленческое консультирование. 2013. №9 (57).

⁸ Казаков К.В., Носачевская Е.А. О влиянии информационных систем на управление региональной экономикой: этапы развития, особенности, направления совершенствования // Экономика, социология и право – 2014 - №3 – с.40-43

Список литературы

1. Гумерова Г. Шаймиева Э. Современные подходы к формированию инновационно-технологичных систем региона // Инвестиции в России. № 2. 2011. С. 40 – 44
2. Демидов В.А. Лебедева Н.Н. Олейник О.С. Региональная инновационная система. Потенциал и тенденции развития. Монография. Волгоград. Изд-во Волгоградского государственного университета. 2008.

3. Казаков К.В., Носачевская Е.А. О влиянии информационных систем на управление региональной экономикой: этапы развития, особенности, направления совершенствования // Экономика, социология и право – 2014 - №3 – с.40-43
4. Казаков К.В., Носачевская Е.А. Роль информационно-коммуникационных технологий в решении актуальных вопросов научного обеспечения экономики региона // Управленческое консультирование. 2013. №9 (57).
5. Логинов В.Н. Информационные технологии управления: учебное пособие/ В.Н. Логинов – М.: КНОРУС. 2008
6. Смалюга А.В. Обзор информационных систем в области исследования инфляционных явлений в экономике // Экономика и менеджмент инновационных технологий – 2015 - №4-1 (43) – с.26-29
7. Усольцев А.А. Информационные системы в экономике: Конспект лекций.,2009. 69 с.
8. Юрьева А.А. ИКТ в социально-экономическом развитии региона: постановка вопроса // Международный научно-исследовательский журнал. 2012. № 1 (1).

К ВОПРОСУ О СБАЛАНСИРОВАННОСТИ РЫНКА ТРУДА РОССИИ НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ

Темирболатова С.Х.

Северо-Кавказская государственная гуманитарно-технологическая академия, г. Черкесск

Макроэкономическая ситуация в 2015 году характеризуется ослаблением динамики развития. Обострение геополитической обстановки и усиление экономических санкций в отношении России в 2014 году привели к росту неопределенности и резкому ухудшению бизнес-уверенности. Падение цен на нефть и обострение внешнеэкономической ситуации с середины 2014 года привели к дальнейшему ухудшению условий для экономического роста.

В течение 2015 года негативные тенденции конца 2014 года продолжились.

Таблица 1 - Основные показатели развития экономики в 2013-2015 годах (в % к предыдущему году)

[1;2]

Показатели	2013	2014	2015
ВВП	101,3	100,6	96,3
ИПЦ	106,5	111,4	112,9
Инвестиции в основной капитал	99,7	98,5	91,6
Реальные располагаемые доходы населения	103,3	99,0	96,0
Реальная заработная плата	105,2	101,2	90,5
Уровень безработицы к экономически активному населению (на конец периода)	5,5	5,2	5,6
Экспорт товаров, млрд.долл. США	521,6	497,8	339,6
Импорт товаров, млрд.долл. США	344,3	308,0	194,0
Средняя цена за нефть Urals, долл. США/баррель	107,9	97,6	51,2

В 2013-2015 годы наблюдается устойчивое снижение ВВП. ИПЦ в 2015 году по сравнению с 2014 годом увеличился на 12,9%, причем основной вклад в ускорение инфляции внесла девальвация рубля, начавшаяся в конце 2014 года. Также непосредственное влияние на инфляцию продолжали оказывать принятые контрсанкции по ограничению импорта продовольствия, однако к концу 2015 года их влияние стало незначительным. Влияние девальвации на инфляцию ослабевало вследствие постепенного усиления сдерживающего влияния сократившегося спроса.

В 2015 году инвестиции в основной капитал уменьшились по сравнению с 2014 годом на 8,4%. К основным факторам торможения инвестиционных процессов можно отнести снижение потребительского спроса, вызванное падением реальных доходов населения и ограничения источников финансирования (ограничения возможности заимствования российскими компаниями кредитных ресурсов за рубежом и высокие процентные ставки по кредитам отечественных банков).

Реальные располагаемые доходы населения в 2015 году по сравнению с 2014 годом уменьшились на 4,0%. Реальная заработная плата уменьшилась на 9,5%, что обусловлено ростом инфляции. Экспорт товаров

в 2015 году по сравнению с 2014 годом сократился на 31,8%, а по сравнению с 2013 годом – на 34,9%. Импорт товаров в 2015 году уменьшился на 37,0% по сравнению с 2014 годом, а по сравнению с 2013 годом – на 43,7%. Цена на нефть в 2015 году по сравнению с 2014 годом снизилась на 47,5%, а по сравнению с 2013 годом – на 52,5%. Таким образом, прослеживается ослабление динамики развития российской экономики, что обусловлено ухудшением геополитической обстановки и введением экономических санкций со стороны стран Западной Европы.

Современному российскому рынку труда присущи особенности, свойственные большинству развивающихся экономик.

Таблица 2 - Численность экономически активного населения в России в 2012-2014 годы, тыс. человек[4]

	2013	2014	2015	2015	
				к 2013,%	к 2014,%
Экономически активное население - всего	75529	75428	76588	101,4	101,5
в том числе:					
занятые в экономике	71391	71539	72324	101,7	101,1
безработные	4137	3889	4264	103,1	109,6
Мужчины	38720	38729	39433	101,8	101,8
в том числе:					
занятые в экономике	36478	36605	37136	101,8	101,5
безработные	2242	2123	2296	102,4	108,1
Женщины	36809	36700	37155	100,9	101,2
в том числе:					
занятые в экономике	34913	34934	35187	100,8	100,7
безработные	1896	1766	1968	103,8	103,8

Наблюдаются незначительные колебания в численности экономически активного населения. Так, в общей численности рабочей силы в 2015 году доля занятых составляет 94,4%, а безработных – 5,6%. В 2014 году соответственно – 94,8% и 5,2%, а в 2013 году – 94,5% и 5,5%. Доля мужчин в числе рабочей силы составляет: в 2015 году – 51,5%; в 2014 году – 51,3%; в 2013 году – 51,3%. Доля женщин в числе рабочей силы составляет: в 2015 году – 48,5%; в 2014 году – 48,7%; в 2013 году – 48,7%. В 2015 году имеет место рост числа безработных по сравнению с 2014 годом на 9,6%, среди мужчин рост составил 8,1%, а среди женщин – 3,8%.

Доля граждан, обратившихся в поиске работы в органы службы занятости в 2015 году, в общей численности экономически активного населения Российской Федерации повысилась до 5,6%; в 2014 году - 5,3%. В 2015 году среди обратившихся в органы службы занятости за содействием в поиске подходящей работы 80,7% составили незанятые граждане, 19,3% - занятые; в 2014 году – 78,6% и 21,4%, соответственно[3].

На протяжении 2015 года основными способами поиска работы безработными в Российской Федерации выступали: обращение к друзьям, родственникам и знакомым (65,5%), в СМИ, интернет (45,7%), непосредственно к работодателю (30,7%), в государственную службу занятости (26,6%). Менее всего востребован безработными способ поиска работы через частные агентства занятости (5,0%).

Заявленная работодателями в органы службы занятости потребность в работниках для замещения свободных рабочих мест (вакантных должностей) в 2015 году составила 7256,5 тыс. единиц, что на 19,7% ниже соответствующего показателя 2014 года.

Анализ структуры потребности работодателей для замещения свободных рабочих мест в 2015 году позволяет выделить наибольшую потребность по следующим видам экономической деятельности: строительство - 1173,9 тыс. вакансий; обрабатывающие производства - 1126,2 тыс. вакансий; недвижимость - 684,1 тыс. вакансий; образование - 661,6 тыс. вакансий; торговля, ремонт - 654,8 тыс. вакансий; сельское хозяйство, охота, рыболовство - 578,8 тыс. вакансий.

Общее количество вакансий, заявленных работодателями в органы службы занятости, снизилось с 1401,4 тыс. единиц в 2014 году до 1135,2 тыс. единиц в 2015 году, или на 19,0%. Коэффициент напряженности (численность незанятых граждан, состоящих на регистрационном учете в органах службы

занятости, в расчете на одну вакансию) в целом по Российской Федерации повысился с 0,7 человек на одну вакансию в 2014 году до 1,0 человек на одну вакансию в 2015 году [3].

Анализ рынка труда в 2015 году на предмет устойчивого спроса на работников различных специальностей выявил следующие наиболее востребованные работодателями профессии: инженеры-технологи, инженеры КИП, техники–технологи, техник службы эксплуатации и ремонта оборудования, наладчики станков с ПУ, аппаратчики станков с ЧПУ, наладчики машин и оборудования, инженеры в области безопасных тепловых установок, врачи, медсестры, квалифицированные рабочие (сварщики, токари, электромонтажники, каменщики, бетонщики, штукатуры, плотники, арматурщики, монтажники, электрогазосварщики), водители, овощеводы, повара, продавцы, подсобные рабочие, уборщики и др. Отметим, что в 2015 году имеет место снижение в структуре заявленной потребности доли рабочих профессий до 65,3% против 79,8% в 2014 году.

В течение 2015 года на рынке труда наблюдалась неоднородная динамика, однако в целом ситуацию удалось стабилизировать, в том числе и за счет реализации мероприятий по предотвращению резкого ухудшения ситуации на рынке труда, поддержке эффективной занятости и достижению сбалансированности рынка труда субъектов Российской Федерации. Реализация мер активной политики занятости населения оказала положительное воздействие на стабилизацию ситуации на рынке труда. Вместе с тем, остро стоит проблема количественного и качественного дисбаланса спроса и предложения. Профессионально-квалификационный состав безработных не соответствует имеющимся вакансиям.

Наличие структурного дисбаланса на рынке труда не означает направленности на сохранение неэффективной занятости и требует реализации мер по повышению профессионального уровня и мобильности рабочей силы.

Список использованных источников

1. Мониторинг «Об итогах социально-экономического развития Российской Федерации в 2014 году» [Электронный ресурс]. URL: <http://economy.gov.ru/minec/about/structure/depmacro/monitoring2014> (дата обращения 24.11.2016)
2. Мониторинг «Об итогах социально-экономического развития Российской Федерации в 2015 году» [Электронный ресурс]. URL: http://economy.gov.ru/wps/wcm/connect/bfeda678-29cd-44ae-b07b-d3c6d7200d32/%D0%98%D1%82%D0%BE%D0%B3%D0%B8_2015.pdf (дата обращения 24.11.2016).
3. Мониторинг и оценка качества и доступности государственных услуг в области содействия занятости населения (по итогам деятельности органов службы занятости в 2015 году) [Электронный ресурс]. URL: <http://www.rosmintrud.ru/docs/mintrud/migration/58>(дата обращения 25.11.2016)
4. Россия в цифрах. 2016: Краткий статистический сборник [Электронный ресурс]. URL: http://www.gks.ru/free_doc/doc_2016/rusfig/rus16.pdf(дата обращения 23.11.2016)

ТЕОРИЯ КОНКУРЕНЦИИ: ИСТОРИЧЕСКИЕ ФОРМЫ ПРОЯВЛЕНИЯ И СОВРЕМЕННОЕ ПОНИМАНИЕ

Цхададзе Н.В.

Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации, г. Москва

Трактовки сущности конкуренции и представления о её функциях, разновидностях, масштабах присутствия в экономике развивались по мере усложнения самих экономических отношений и эволюции экономической науки, исследовавшей эти отношения. Конкуренция – научная категория, неразрывно связанная с функционированием социально-экономических систем и отражающая в наиболее широком своём значении великое разнообразие взаимодействий экономических агентов, институтов и иных элементов таких систем.

Несмотря на отсутствие полноценной теории конкуренции в трудах древних мыслителей, отдельные аспекты конкурентных взаимодействий входили в сферу их научного интереса. Так, Аристотель в своём труде «Политика», описывая удачный опыт Фалеса Милетского по созданию монополии на маслобойни и в своих выводах значительно опережая своё время, справедливо отмечал: «выгодно в смысле наживания состояния, если кто сумеет захватить какую-либо монополию» [1, с. 24]. Распространяя данную

мысль на сферу функционирования государства, то есть перенося её из исключительно экономической плоскости в социально-экономическую, Аристотель заключает: «Поэтому и некоторые государства, находясь в стесненном финансовом положении, прибегают к получению такого дохода – они заводят монополию на те или иные товары. Такого рода сведения полезно иметь и политическим деятелям: многие государства, как и семьи, но еще в большей степени нуждаются в денежных средствах и в такого рода доходах. Встречаются такие государственные мужи, вся деятельность которых направлена к этой цели» [1, с. 24].

Сопровождавшее эволюцию человечества усложнение экономических отношений вкупе с кардинальными сдвигами в социальной структуре обусловило развитие мыслителями Средневековья теоретических взглядов на конкуренцию, что, однако, также не привело к созданию системного подхода к её толкованию. При этом, если в древности под ключевыми конкурирующими экономическими агентами традиционно понимались рабовладельцы, то на рассматриваемом этапе в качестве таковых выступали соперничавшие между собой феодалы. Фундаментальной экономической основой подобных конкурентных взаимодействий как в Древнем мире, так и в Средние века являлась собственность на характерные для указанных периодов средства производства.

Примечательно, что в конкретно-исторических условиях различных средневековых государств конкуренция между феодалами приобретала существенную специфику. Особенно интересен, с этой точки зрения, пример российского государства, в котором в указанный период существовали как конкуренция внутри группы бояр-вотчинников и внутри более прогрессивной группы дворян-помещиков, так и конкуренция между самими этими группами феодалов. В качестве своеобразного «примирителя» интересов указанных групп в своих работах выступал Ермолай Еразм, в целом осуждавший богатство, чрезмерное обогащение купцов и – аналогично Аристотелю – ростовщичество [2, с.11-14].

Следует отметить, что идеи Аристотеля о нравственном осуждении неограниченного наживания состояния ради состояния [1, с.22] в течение многих веков оказывали определяющее воздействие на толкование экономической мыслью связанных с таким наживанием конкурентных взаимодействий. Лишь с появлением меркантилизма как первой школы политической экономии акценты, в том числе нравственные, в изучении этого явления были существенным образом смещены. Будучи «глашатаями» либерализации торговли, меркантилисты высказывали идеи, зачастую прямо противоположные позиции Аристотеля и его средневековых последователей.

Так, рассматривая внешнюю торговлю как «обычное средство для увеличения богатства и денег» в отличие от таких «ненадежных средств», как грабеж других стран или получение от них даров [3, с.3], представитель зрелого меркантилизма Т. Мен подробно раскрывал особенности ценообразования в отношении экспортируемых государством товаров как в условиях конкуренции, так и в более предпочтительных, с его точки зрения, условиях монополии [3, с.4]. Освещение в работах Т. Мена получили и методы неценовой конкуренции, в том числе направленные на повышение качества экспортируемых товаров: «И лучше нам приложить все усилия к тому, чтобы внимательной и старательной работой, без обмана, улучшить выделку нашего сукна и других промышленных товаров, что повысит оценку их и увеличит их потребление» [3, с.5].

Принципиальным отличием позиции меркантилистов от взглядов их предшественников является противопоставление выгоды государства, получаемой от конкурентной борьбы, выгоде отдельных купцов. Тогда как Аристотель и его последователи отождествляли благосостояние государства с благосостоянием его граждан, опираясь на постулат о том, что государство как «общение, обнимающее собой все остальные общения» [1, с.4], стремится к высшему из всех благ, меркантилисты подчеркивали, что рост доходов государства от применения некоторых методов конкурентной борьбы зачастую сопровождается снижением дохода отдельных частных лиц. По словам Т. Мена: «Мы нашли, что снижение цены на эти и некоторые другие товары на 25% уменьшает доходы отдельных лиц, но повышает более чем на 50% вывоз этих товаров, что является благом для государства в целом» [3, с.5]. Таким образом, конкурентная борьба, с точки зрения меркантилистов, в первую очередь, должна была удовлетворять интерес государства, обеспечивать «благо, силу и счастье страны» [3, с.7].

Исходя из сказанного, экономическая мысль, развиваясь, уже на данном этапе раскрывала объект конкурентной борьбы, под которым понималось обогащение конкурирующих субъектов, а также предлагала набор ценовых и неценовых методов такой борьбы, несмотря на отсутствие в терминологии того времени подобных категорий. Кроме того, в рамках данного толкования фактически были описаны конкурентные

взаимодействия между следующими группами субъектов: между купцами; между государствами; между государством и купцами, являвшимися его резидентами.

Таким образом, меркантилизм, во многом кардинально опровергавший взгляды Аристотеля, тем не менее, развил предложенную древнегреческим мыслителем идею распространения представлений о поведении конкурирующего субъекта на сферу функционирования государства. Столь широкая трактовка круга субъектов конкурентных взаимодействий и, соответственно, ареала распространения конкуренции в социально-экономических системах того времени, по сути, предполагала выход представлений о конкуренции за рамки отношений распределения и обмена и охват ею всего процесса общественного производства.

Критики меркантилизма, отвергая примат денежного накопления и внешней торговли как единственной основы благосостояния нации, обращались к иным особенностям функционирования государства, которые рассматривались ими в качестве конкурентных преимуществ в соперничестве с другими государствами. Так, Д. Юм отмечал: «Когда одна нация в области торговли опередила другую, то последней бывает трудно вернуть потерянное – вследствие большего трудолюбия и большей ловкости первой, а также вследствие того, что её купцы обладают большими капиталами и, следовательно, могут довольствоваться соразмерно меньшим барышом. Но эти преимущества до известной степени уравниваются дешёвизной труда у всякой нации, не обладающей ни обширной торговлей, ни большим количеством золота и серебра» [4, с.82-83]. Сместив акцент в изучении конкуренции со сферы обращения на сферу производства, Д. Юм рассматривал развитую внешнюю торговлю как конкурентное преимущество государства лишь в том случае, если она дополняется развитой промышленностью: «Страна с развитым ввозом и вывозом должна обладать большей промышленностью, и притом направленной на изготовление предметов роскоши и изящества, чем страна, которая довольствуется своими отечественными продуктами; следовательно, первая могущественнее и вместе с тем богаче и счастливее второй» [4, с.77]. Развивая эту идею, мыслитель пришел к выводу о том, что «всё могущество, всё истинное богатство страны состоит в запасе труда» [4, с.89], и, соответственно, «каждое правительство имеет веские основания заботиться о сохранении своего населения и своих мануфактур» [4, с.130].

Противопоставляя свои взгляды идеям меркантилизма, его критики, тем не менее, сумели дополнить сформулированное ранее толкование конкуренции расширенным перечнем конкурентных преимуществ государств-соперников, раскрыли особенности и условия положительного воздействия конкуренции в международной торговле на благосостояние государства и его граждан, а также еще раз доказали присутствие конкурентных отношений на всех стадиях цикла общественного воспроизводства.

Мощным стимулом для активной разработки теории конкуренции послужило возникновение и развитие классической политэкономии. Основоположник данного направления в Англии У. Петти, полагая, что образование богатства нации имеет место не в сферах распределения и обмена, а в сфере производства, предлагал принудительным образом сократить количество конкурирующих во внешней и внутренней торговле купцов. Учёный отмечал: «Можно было бы установить, какое количество купцов было бы в состоянии производить обмен наших избыточных товаров на избыточные товары других стран, а также какое количество розничных торговцев необходимо для дальнейшего распределения товаров в каждом селении нашей страны и получения в обмен имеющихся там излишков» [5, с.22]. Ключевой причиной необходимости подобного сокращения У. Петти считал вред, наносимый благосостоянию нации конкурентной борьбой купцов, «которые играют друг с другом за счет труда бедняков» [5, с.22].

Анализируя монополию, У. Петти понимал под ней исключительное право продажи и выделял две основных области учреждения монополий: область защиты прав изобретателей и область государственных должностей. По утверждению ученого, «учрежденные государством должности и установленные им самим вознаграждения аналогичны по своей природе монополиям, причем в одном случае речь идет о действиях и занятиях, подобно тому, как в другом – о вещах» [5, с.61]. При этом для У. Петти монополия – это своеобразная компенсация за специфику деятельности в рассматриваемых областях. Так, для изобретателя – это возмещение материальных и моральных потерь, которые он может понести на этапе внедрения и распространения своего изобретения, а для лиц, занимающих государственные должности – это плата за их высокую квалификацию, способности, изобретательность и опыт [см.: 5, с. 60-62].

В своих работах У. Петти расширил сформулированный меркантилистами взгляд на государство как на имеющего собственный интерес субъекта конкурентной борьбы со своими резидентами. В качестве основного метода такой борьбы учёный рассматривал завладение государством монопольным положением в тех или иных сферах экономики. Примерами применения подобного метода в современных ему европейских

государствах У. Петти считал, в частности, следующие: позиция государства как общего кассира для всех или большей части денег в экономике страны; позиция государства как общего кредитора для банков и ломбардов; позиция государства как общего страховщика от всех или части рисков, как правило, связанных с морской торговлей; государственная монополия на производство или продажу отдельных видов товаров или природных ресурсов; - государственная монополия на игорный бизнес и публичные увеселительные мероприятия [5,с. 67-68].

Крупнейший представитель классической политэкономии – А. Смит – является автором масштабного исследования конкурентных отношений в период раннего капитализма. Рассмотрев конкуренцию за обладание ограниченным количеством товара, доставленного на рынок [6,с.57], учёный дополнил представление об объекте конкурентной борьбы по сравнению с трактовкой такого объекта, предложенной экономической мыслью ранее. При этом толкование А. Смитом сущности товара в данном контексте отличается известной широтой и включает в себя, в частности, способность работников к труду в условиях её ограниченного предложения на рынке.

Примечательно, что учёный рассматривал конкурентные отношения не только между выделенными его предшественниками группами субъектов (купцы, государства, владельцы мануфактур, землевладельцы), но и внутри группы работников, стремящихся наиболее выгодно продать свою способность к труду, между классами бедных и богатых и т.п.

Исследуя особенности ценообразования в условиях конкуренции и монополии через призму естественной цены, А.Смит под последней понимал исключительно цену свободной конкуренции, то есть «самую низкую цену, на которую можно согласиться, если речь идет о продолжительном времени» [6,с.60]. Обосновывая роли ценодателя - монополиста и ценополучателя – совершенного конкурента, А. Смит фактически сформулировал базовые положения современной теории конкуренции в этом отношении. Кроме того, как и Аристотель за много веков до него, А. Смит опередил своё время, описав специфику олигополии как структуры рынка с использованием термина «расширенная монополия» [6,с.60].

Необычайно важным, как представляется, следует считать тот факт, что в отличие от многих учёных, исследовавших проблемы конкуренции в более поздние периоды развития экономической науки, А. Смит не рассматривал конкурентные отношения как статичные. Для основоположника теории совершенной конкуренции сама конкуренция «была не «ситуацией», а живым процессом» [7,с.95]. Это замечание немаловажно в свете возникшего в дальнейшем смещения значений конкуренции как процесса и конкуренции как результата, как состояния, вытекающего из этого процесса [7,с.95].

Развивая идеи У. Петти о вмешательстве государства в конкурентные отношения, А. Смит выделял три ключевые разновидности такого вмешательства. В качестве первой разновидности учёный рассматривал исключительные права цеховых корпораций как своеобразных монополий и выделял непосредственный и косвенный способы их установления. Под первым учёный понимал ограничение допустимого числа учеников, под вторым – увеличение продолжительности срока обучения [6,с.102]. Отмечая отрицательный характер последствий существования цеховых корпораций и налагаемых ими ограничений на экономику, А. Смит выступал за расширение масштабов свободной конкуренции в данной области.

Второй разновидностью государственного вмешательства в свободные конкурентные отношения в экономике А. Смит считал искусственное обострение конкуренции в ряде профессий по сравнению с её естественным уровнем, который установился бы без такого вмешательства. Основным инструментом подобного вмешательства учёный считал финансирование подготовки большого числа представителей определенных профессий за общественный или государственный счет, что в итоге вело к росту количества конкурирующих за рабочее место и заработную плату субъектов и понижению общего уровня заработной платы в отрасли [6,с.110-111].

Третьей разновидностью неблагоприятного вмешательства государства в свободные конкурентные отношения, с точки зрения А. Смита, являлись ограничения перелива труда и капитала «от одного применения к другому и из одной местности в другую» [6,113]. По-видимому, подобные запреты в купе с отрицательным влиянием прочих разновидностей вмешательства государства в конкуренцию создавали искусственные преимущества для одних отраслей экономики, производств, ремесел по сравнению с другими, очевидно проигрывавшими им в отсутствие возможности пополнения производства трудовыми или финансовыми ресурсами.

Выделяя и описывая негативные последствия воздействия государства на конкурентные отношения в экономике, А. Смит, тем не менее, не ратовал за абсолютное отсутствие такого воздействия. Напротив, по мнению М. Блауга, учёный уделял «очень много внимания точному определению той институциональной

структуры, которая гарантировала бы наилучшую работу рыночных сил» [8,с.56] и показывал, что «преимущества конкуренции не проявляются при полном невмешательстве государства» [8,с.56].

Вклад Д. Рикардо в развитие теории конкуренции, с одной стороны, может восприниматься как менее заметный, чем вклад его предшественника А. Смита. С другой стороны, фактически этот вклад является весьма существенным в силу того, что идеи Д. Рикардо легли в основу аналитического инструментария экономической науки, посредством которого в дальнейшем исследовались и до сих пор исследуются конкурентные отношения. Неслучайно Д. Рикардо считается «первым подлинно строгим экономистом-аналитиком и фактическим изобретателем метода сравнительной статики» [8,с.130].

В своём труде «Принципы политической экономии» Дж.С. Милль предпринял попытку объединения практического метода исследования политической экономии, предложенного А. Смитом, с расширившимися со времени выхода «Богатства народов» теоретическими представлениями в данной области [9,с.2]. При этом вопросы конкурентных отношений получили в данной работе довольно подробное освещение. В частности, Дж.С. Милль противопоставляет конкуренцию как относительно недавно установившийся принцип, регулирующий соглашения экономического характера, обычаю, издревле оказывающему влияние на все сделки и обязательства в экономике.

По мнению учёного, «при господстве частной собственности разделение продукта есть результат двух определяющих сил: конкуренции и обычая» [9,с.213]. Дж.С. Милль подчеркивал преувеличенное, с его точки зрения, значение, которое его современники – экономисты придавали конкуренции. В целом мыслитель признавал значимость теоретической опоры на конкуренцию как на фактор, определяющий размеры ренты, заработной платы, прибыли и цены и посему позволяющий сформулировать общие и точные научные принципы, по которым эти размеры будут определяться. Однако, по утверждению учёного, «было бы большим непониманием истинного хода человеческой жизни предполагать, что конкуренция оказывает на деле такое неограниченное влияние» [9,с.213].

Рассматривая обычай в качестве «самого могущественного защитника слабых против сильных» [9,с.214], Дж.С. Милль фактически раскрывает его действие как одного из ключевых институтов функционирования экономики, ведущего ориентира в социально-экономических отношениях, своеобразной точки отсчета, относительно которой стороны этих отношений определяют своё положение. Конкуренция, по мнению учёного, не в состоянии выполнять указанные функции.

Раскрывая взаимосвязь между конкуренцией и ценой, Дж.С. Милль отмечал, что цена раньше попадает под влияние конкуренции и является в большей степени подверженной этому влиянию, нежели рента [9,с.216]. Учёный разграничивает розничную и оптовую торговлю по признаку возможности одновременного существования в условиях свободной конкуренции на рынке нескольких (как минимум, двух) цен на один и тот же товар. Исследуя данную ситуацию на розничном рынке, Дж.С. Милль фактически описывает ценовую дискриминацию, несмотря на то, что сама категория была введена в язык экономической науки и подробно исследована несколько позднее. В общем случае оптовой торговли, по мнению Дж.С. Милля, «не бывает двух цен на одну и ту же вещь» [9,с.216].

Формулируя ключевые выводы о соотношении действия конкуренции и обычая в реальной жизни, Дж.С. Милль утверждает, что «обычай действует там, где люди довольствуются меньшей прибылью и придают меньше значения денежному интересу по сравнению со своим покоем и удовольствиями» [9,с.217]. На основе этого заключения учёный предупреждает о том, что «применяя выводы политической экономии к делам действительной жизни, мы должны рассматривать не только то, что может произойти при существовании наивысшей степени конкуренции, но также и то, насколько результат изменится, если конкуренция не достигнет цели» [9,с.217].

Необходимо упомянуть о вкладе Дж.С. Милля в дальнейшее развитие инструментария экономической науки, который заключается в предложенном им методе «деления на рассмотрение объекта в статике и в динамике» [10,с.139]. Указанный метод является незаменимым в том числе и для современных исследований конкурентных отношений ввиду выделяемых экономической наукой двух ипостасей конкуренции: конкуренции как процесса и как возникающей в результате данного процесса ситуации.

Современные экономисты также отмечают факт преемственности ряда идей Дж.С. Милля о конкуренции современными учёными, в том числе М. Портером. К таким идеям, в частности, относятся «идея обеспечения конкурентоспособности страны (у М. Портера) или богатства (у Дж.С. Милля) за счет человеческого фактора – трудолюбия и квалификации населения, нежели за счет преимуществ в природно-климатических условиях» [10,с.137].

Следующий мощный скачок в эволюции теоретических взглядов на конкурентные отношения обусловлен возникновением и развитием марксистской политэкономии, исходными методологическими принципами анализа которой стали диалектический и исторический материализм, экономический детерминизм, единство исторического и логического, а также, безусловно, классовый подход и социально-ориентированная направленность анализа экономических отношений. В трудах основоположников марксистской политэкономии на первый план выходят конкурентные отношения между крупными субъектами – монополистами в сфере промышленного производства в условиях сращивания производства и капитала и формирования финансового капитала.

Вопросы конкурентных отношений попали в сферу научного интереса двух крупнейших представителей марксистской политэкономии уже на ранних этапах их работы. В своём первом экономическом труде – статье «Наброски к критике политической экономии» - Ф. Энгельс, критикуя представителей классической политической экономии, называл их «худшими монополистами, чем сами старые меркантилисты» [11,с.547]. Ф. Энгельс полагал, что у свободной торговли есть только два возможных варианта развития: «свобода торговли должна привести на одной стороне к реставрации монополии, на другой – к уничтожению частной собственности» [11,с.547]. Развивая свою мысль, учёный обозначает саму собственность как «большую основную монополию» [11,с.550]. Конкуренты же, с точки зрения ученого, представляют собой «стадо хищных зверей, пожирающих друг друга именно потому, что каждый имеет одинаковый с другим интерес» [11,с.550], и включают в себя такие группы экономических агентов, как землевладельцы, капиталисты и рабочие. Антагонистическое конкурентное противостояние при этом имеет место внутри указанных групп именно ввиду наличия у их представителей одинаковых интересов [11,с.559].

Большое значение для дальнейшего развития теории конкуренции имеют сформулированные Ф. Энгельсом идеи о соотношении конкуренции и торговли, издержек производства, стоимости и цены. Так, учёный пришел к выводу о том, что конкуренция – это неотъемлемая часть торговли, без которой последняя представляет собой не более чем «человека без тела, мысль без мозга, порождающего мысль» [11,с.551]. Последствием действия законов конкуренции в основанной на частной собственности экономике Ф. Энгельс, в частности, считал систематически возникающие торговые кризисы. На конкуренции же, по мнению Ф. Энгельса, основаны и издержки производства, однако сама конкуренция извращает их. Более того, главным законом частной собственности Ф. Энгельс называет закон определения цены в результате взаимодействия издержек производства и конкуренции [11,с.554].

Понимая под монополизацией присвоение или «утонченное право сильного» [11,с.558], Ф. Энгельс не противопоставляет монополию конкуренции, а, напротив, отмечает следующее: «Конкуренция переходит в монополию. С другой стороны, монополия не может остановить поток конкуренции; больше того, она сама порождает конкуренцию» [11,с.559-560]. Указанная и прочие идеи Ф. Энгельса в дальнейшем получили развитие в научных работах К. Маркса и В.И. Ленина.

Наиболее полное освещение конкурентных отношений в работах К. Маркса представлено в III томе его труда «Капитал» [12]. Поддерживая позицию Ф. Энгельса, К. Маркс рассматривает сферу обмена как основной ареал проявления капиталистических конкурентных отношений. Неоценимым вкладом К. Маркса в развитие теории конкуренции следует считать проведённое им исследование внутриотраслевой и межотраслевой конкуренции, по итогам которого первая представлена в качестве регулятора общей нормы прибыли и цены производства, а вторая – механизма движения капитала, обуславливающего независимость прибыли в различных отраслях от органического строения капиталов в них. Используя присущий марксистской политэкономии методологический инструментарий, К. Маркс доказал, что «общая прибыль и цена производства являются теми конкретными превращёнными формами, в которых стоимость и прибавочная стоимость выступают на поверхности - в движении общественного капитала, в конкуренции» [13,с.71].

Таким образом, критикуя взгляды предшественников на сущность конкурентных отношений, представители марксистской политэкономии, с одной стороны, существенно расширили представления о роли конкуренции как на отдельных стадиях процесса общественного производства, так и в указанном процессе в целом, выявили тесную диалектическую связь между конкуренцией и монополией, подчеркнули наличие зависимости между формами конкуренции и конкретно-историческими условиями её проявления. С другой стороны, нельзя не отметить характерные для рассматриваемого направления экономической мысли чрезмерный акцент на антагонистическом характере конкурентных отношений и опору на узкую

трактовку классовых интересов, не позволяющую выделять более широкий спектр групп субъектов, которые могут выступать в качестве конкурентов.

Развивая и дополняя предложенные основоположниками марксистской политэкономии взгляды на конкуренцию, В.И. Ленин в своём труде «Империализм, как высшая стадия капитализма» раскрыл сущностные особенности конкурентных отношений на новом этапе, в который к началу XX-го столетия вступил капитализм. Раскрывая механизм образования монополий на стадии империализма, В.И. Ленин рассматривал крупный размер предприятий и их усиливающуюся концентрацию в качестве ведущих факторов данного процесса, схема которого сводилась учёным к следующему: «свободная конкуренция порождает концентрацию производства, а эта концентрация на известной ступени своего развития ведёт к монополии» [14,с.8]. Итогом подобного процесса, по мнению В.И. Ленина, становится гигантское обобществление производства [14,с.12].

Предлагая периодизацию процесса зарождения и развития монополий (ведущей формой которых для В.И. Ленина являлись картели), учёный обращает внимание на то, что объектом монополизации на этапе империализма являются капитал и финансовые ресурсы. При этом сам процесс монополизации общественного производства осуществляется посредством ряда специфических методов, описывая которые, В.И. Ленин ссылается на перечень, предложенный немецким экономистом Ф. Кестнером в работе «Принуждение к организации».

Безусловно, описывая сущность современных для него конкурентных процессов, В.И. Ленин крайне негативно характеризует их последствия, полемизируя со сторонниками версии об упорядочивающей роли картелей в рамках империализма. Так, указывая на кризисы как одну из разновидностей подобных последствий, учёный выявляет следующую цикличную взаимосвязь между ними и монополизацией: «Кризисы, в свою очередь, в громадных размерах усиливают тенденцию к концентрации и к монополии» [14,с.16].

Принципиально важное значение для исследования эволюции конкурентных отношений в экономике имеет выявленная и подробно раскрытая В.И. Лениным роль концентрации банковского дела и сращивания банковского капитала с промышленным в процессах трансформации свободной конкуренции в монополию, свойственных стадии перехода капитализма в империализм. Учёный отмечает: «По мере развития банковского дела и концентрации его в немногих учреждениях, банки перерастают из скромной роли посредников во всемогущих монополистов, распоряжающихся почти всем денежным капиталом всей совокупности капиталистов и мелких хозяев, а также большею частью средств производства и источников сырья в данной стране и в целом ряде стран» [14,с.18].

Специфическая методологическая основа неоклассической школы экономической мысли, в течение длительного периода считающейся мейнстримом экономической науки, обусловила особенности взглядов её представителей на конкурентные отношения. Опираясь на абстрактно-логический, формализованный подход и широко применяя математический инструментарий, неоклассическое направление теории конкуренции трактует её как один из элементов рыночного механизма вне конкретно-исторических условий её проявления. Данное традиционное для неоклассической парадигмы представление о конкуренции основывается на идеях А. Маршалла.

Следует отметить, однако, что сам А. Маршалл отмечал неудовлетворительность термина «конкуренция» как не вполне пригодного для характеристики специфических черт индустриальной жизни современной для него эпохи в силу «отягощённости» этого термина негативными ассоциациями с вредом, наносимым обществу даже созидательной формой конкурентной борьбы. Более предпочтительным для ученого представлялся термин «свобода производства и предпринимательства» («экономическая свобода»), отражающий характерные для торговли и промышленности того периода большую самостоятельность, большую предусмотрительность, более трезвый и свободный выбор решений [16,с.63-65].

Во многом схожие с позицией А. Маршалла взгляды на конкуренцию высказывали его современники – представители математической концепции экономического равновесия. Пытаясь в рамках созданной им замкнутой математической модели общего экономического равновесия обосновать возможность существования при капитализме свободной конкуренции устойчивого равновесия, Л. Вальрас [15] продвинул неоклассическую парадигму конкуренции дальше А. Маршалла. Так, Л. Вальрас в отличие от А. Маршалла рассматривал устойчивость на нескольких рынках и смог описать механизм движения системы к равновесию на всех этих рынках.

Исследование конкуренции и абсолютной монополии А. Маршалла было существенным образом дополнено его последователями. В частности, развивая рассмотренную А. Маршаллом как частный случай

ситуацию возрастающей отдачи фирмы в условиях конкуренции, когда фирма является монополистом на её собственном отдельном рынке, Дж. Робинсон [17] и Э. Чемберлин [18] сформулировали теорию несовершенной (монополистической) конкуренции. При этом первая из авторов, отталкиваясь от дихотомии «совершенная конкуренция – монополия», рассматривала совершенную конкуренцию как естественное состояние рынка, тогда как второй, напротив, под рыночной нормой понимал одновременное наличие на рынке элементов совершенной конкуренции и монополии.

Ключевой формой подобного взаимодействия конкуренции и монополии, по мнению Э. Чемберлина, являлась дифференциация продукта. Благодаря дифференциации, понимаемой как «специфические особенности любого единичного предприятия, которые не могут быть воспроизведены», рыночный агент приобретает возможность получения монопольного дохода, оставаясь при этом конкурентом [18,с.173]. Отталкиваясь от дифференциации продукта, учёный предложил трёхзвенную классификацию конкурентных отношений на чистую конкуренцию, чистую монополию и монополистическую конкуренцию, а также раскрыл особенности ценовых и неценовых методов конкуренции (или, по Э. Чемберлину, «конкурентных практик» [18,с.125]).

Таким образом, рассматривая конкуренцию и монополию, Э. Чемберлин понимал под ними не взаимоисключающие, а взаимно сосуществующие, предполагающие обязательное наличие друг друга категории. Рыночной системе, с его точки зрения, были свойственны как усиливающие монополизацию, так и стимулирующие конкуренцию тенденции. Учёный не обошел своим вниманием и олигополию, под которой понимал групповую монополию конкурентов на рынках дифференцированных товаров одного и того же вида. Оценивая вклад работы Э. Чемберлина «Теория монополистической конкуренции» в развитие экономической мысли в целом, западные учёные отмечают: «Революция в теории цены, вызванная «Теорией монополистической конкуренции», заключалась в том, что возросло число рыночных структур, которые экономическая теория должна проанализировать, чтобы показать, что удовлетворительное функционирование рынка – не простое автоматическое следствие из типа конкуренции» [8,с.368].

Ортодоксальной основой для понимания сущности конкуренции представителями современного неоклассического мейнстрима является сформулированная А. Маршаллом, видоизмененная впоследствии «нововведениями Робинсон—Чемберлина и обогащенная где-то вливанием идей вальрасовского общего равновесия, а где-то поглощением представлений об издержках австрийской школы» [7,с.12] теория цены. Согласно обычной интерпретации теории цены, в условиях рынка деятельность участников рынка - потребителей, производителей и владельцев факторов производства - заключается в выборе количества и качества покупаемых и продаваемых товаров и производственных ресурсов и цен, по которым эти сделки будут осуществляться. Только определенные значения переменных количества и цены являются совместимыми с равновесием в системе цен. Данная теория анализирует то, как различные участники рынка принимают решения, и исследует соотношения между этими решениями при различных возможных типах рыночной структуры. Конкуренция в рамках рассматриваемой теории - это «элемент рыночного механизма, который во взаимодействии с другими его элементами: ценой, спросом и предложением – обеспечивает ему саморегулируемость» [13,с.90]. Иными словами, термин «конкуренция» в неоклассической парадигме относится к определяющей структуре рынка модели, используемой для предсказания поведения на определенном рынке. Следует отметить, что ведущий представитель неоклассической парадигмы в современной экономической науке М. Портер, рассматривая конкуренцию как ведущий фактор экономического роста в развитых государствах, тем не менее, не раскрывает сущности данной научной категории в своих работах, сосредоточившись вместо этого на научных категориях «конкурентоспособность» и «конкурентные силы».

Недостатки неоклассической концепции конкуренции, в том числе включающие в себя игнорирование процессов монополизации, происходящих в реальной действительности, чрезмерную узость моделей и их опору на зачастую нереалистичные предпосылки, обусловили возникновение ряда концепций, стремящихся предложить альтернативное толкование сущности конкуренции и её особенностей. Одна из подобных концепций нашла своё отражение в работах Дж.М. Кейнса, методологическая основа которых органично вобрала в себя, с одной стороны, элементы субъективно-психологического подхода, утилитаризма и функционального анализа, а с другой – обширный набор инструментов макроэкономического анализа, включая разнообразные агрегированные показатели.

Критикуя закрепившийся в современной для него науке взгляд на свободную конкуренцию как на ключевой фактор, породивший «богатство, торговлю, машины» [19,с.263] и лежащий вкупе со случаем и *laissez-faire* в основе любых улучшений в экономике, Дж. М. Кейнс обращал внимание на фактическое

игнорирование исповедовавшими социальный дарвинизм ортодоксальными экономистами издержек и характера конкурентной борьбы как таковой [19,с.271]. Частично отталкиваясь в своих рассуждениях от выявленных Дж. Робинсон противоречий несовершенной конкуренции, учёный пришел к выводу о необходимости государственного вмешательства в действие рыночного механизма с целью их нивелирования и приведения экономической системы в состояние равновесия. Пытаясь устранить пробелы современной для

него парадигмы экономической науки, Дж. М. Кейнс стремился выяснить «условия, которых требует свободная игра экономических сил для того, чтобы она могла привести к реализации всех потенциальных возможностей производства» [20,с.454].

Институционализм, отличающийся существенно меньшей степенью формализации анализа, нежели неоклассическое направление экономической мысли, в рамках различных своих течений предлагает принципиально иной набор инструментов исследования конкуренции. Критикуя неоклассическую парадигму за опору на концепцию *homo economicus* и чрезмерное увлечение идеями равновесия (аналогичные мысли, впрочем, высказывают и посткейнсианцы [21,с.181-185]), институционалисты настаивали на включении в сферу интереса экономической науки внеэкономического, социального опыта человечества, учёт роли институтов в функционировании социально-экономических систем и анализ самих социально-экономических систем в их эволюции.

Конкурентные отношения, в частности, получили подробное освещение в работе основоположника институционализма Т. Веблена «Теория праздного класса». Так, рассматривая инстинкт соперничества как один из ведущих инстинктов, определяющих экономическое поведение человека, учёный проследил его нарастающее значение от инструмента обеспечения выживания в фазе миролюбивого дикарства до ведущего мотива экономического поведения своих современников, проявляющегося, в первую очередь, в виде денежного соперничества [22,с.60-82]. Идеи Т. Веблена позволили по-новому объяснить мотивы борьбы конкурентов за обладание наибольшим богатством, а также еще раз подчеркнули значимость учёта конкретно-исторических условий проявления конкуренции при исследовании её особенностей.

Западные представители новой институциональной экономической теории под экономической конкуренцией понимают «динамико-эволюционный процесс взаимодействия людей, в рамках которого они стремятся к преследованию собственного интереса, поскольку обладают способностью интернализировать издержки и выгоды использования собственности» [23,с.245]. Цена при этом, в отличие от неоклассической её интерпретации, рассматривается институционалистами как сигнал экономическим агентам об относительной ограниченности того или иного ресурса; на основе такого сигнала они должны получить информацию, необходимую для формирования ими своего поведения и координации его с поведением иных участников рынка [23,с.245]. Акцент на взаимозависимости и координации экономических агентов со сходным или противоположным интересом по отношению к ограниченным ресурсам, выделение трансакционных издержек как фактора, во многом определяющего конкурентное поведение экономических агентов, подход к институциональной основе поведения экономических агентов как к инструменту трансформации характеристик социально-экономической системы [24,с.12] дает возможность сформировать более комплексный взгляд на сущность конкурентных отношений и особенности их проявления в экономической действительности.

Таким образом, экономическая мысль, развиваясь рука об руку с усложняющимися конкурентными отношениями, раскрывала их сущность и особенности тем подробнее, чем более широким и функциональным становился её методологический инструментарий. В то же время ни одна из предложенных ведущими школами экономической мысли трактовок конкуренции не лишена недостатков, пробелов, обуславливающих большую или меньшую узость таких трактовок.

Ввиду того, что в современной экономической науке отсутствуют единые, универсальные теоретическая и методологическая основы исследования каких-либо явлений и процессов, присущих функционированию социально-экономических систем, теория конкуренции в настоящее время представляет собой своеобразный эклектичный набор призм, используя которые по отдельности, представляется возможным полноценно постичь лишь некоторые аспекты конкурентных отношений. Полноценное исследование конкуренции с неизбежностью предполагает гармоничное соединение преимуществ теории и методологии различных направлений экономической науки, наилучшим образом отражающих те или иные аспекты содержания, формы и тенденций эволюции конкурентных отношений в современной экономике.

Список литературы

1. Аристотель. Политика / Аристотель ; пер. С.А. Жебелев. - М. :Директ-Медиа, 2012. - 258 с.
2. Цхададзе Н.В.История экономических учений: учебное пособие. - М.: Кнорус, 2016. -186с.
3. Мен, Т. Меркантилизм. Богатство Англии во внешней торговле / Т. Мен. - М.: Директ-Медиа, 2008. - 63 с.
4. Юм, Д. Малые произведения: Эссе; Естественная история религии; Диалоги о естественной религии / Д. Юм; Пер. с англ. – М.: Канон+, 1996. –456 с.
5. Петти, В. Экономические и статистические работы / В. Петти. – М.: Соцэкгиз, 1940. – 324 с.
6. Смит, А. Исследование о природе и причинах богатства народов / А. Смит. – М.: Соцэкгиз, 1962. – 655 с.
7. Кирцнер, И. Конкуренция и предпринимательство / И. Кирцнер; Пер. с англ. под ред. проф. А.Н. Романова. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2001. — 239 с.
8. Блауг, М. Экономическая мысль в ретроспективе / М. Блауг, пер. с англ. – М.: Дело ЛТД, 1994. – 676 с.
9. Милль, Дж. С. Основания политической экономии с некоторыми применениями к общественной философии; пер. с последнего англ. изд. Остроградской Е. И.; под ред. О. И. Остроградского; Южно-Русское Книгоизд-во Ф. А. Иогансона. - Киев : Харьков : Тип. И. И. Чоколова, 1896. – 866 с.
10. Румянцева, Е.Е. Экономические дискуссии XXI века: М. Е. Портер, А. Смит, К. Маркс, Дж. С. Милль, Н. Д. Кондратьев, А. В. Чайнов, А. А. Богданов (конспекты и краткие рецензии трудов) / Е.Е. Румянцева. - 3-е изд. - М. ; Берлин : Директ-Медиа, 2016. - 512 с.
11. Маркс, К. Сочинения / К. Маркс, Ф. Энгельс. - М. : Гос. изд-во полит. лит., 1955. - Т. 1. - 712 с.
12. Маркс, К. Капитал / К. Маркс ; пер. И.И. Скворцов-Степанов. - М.: Директ-Медиа, 2008. - Т. 3. - 905 с.
13. Гордеев, В.А. Конкуренция и ее развитие: Монография / В.А. Гордеев. – Ярославль: Изд-во ЯГТУ, 2008. – 299 с.
14. Ленин, В.И. Империализм, как высшая стадия капитализма / В.И. Ленин. - М. : Директ-Медиа, 2014. - 117 с.
15. Вальрас, Л. Элементы чистой политической экономии / Л. Вальрас. – М.: Изограф, 2000. – 448 с.
16. Маршалл, А. Принципы экономической науки / А. Маршалл.– М.: Прогресс, 1993. – 994 с.
17. Robinson, J.V. The Economics Of Imperfect Competition [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.goodreads.com/book/show/322200.The_Economics_Of_Imperfect_Competition (дата обращения: 15.02.2016).
18. Чемберлин, Э.Х. Теория монополистической конкуренции / Э.Х. Чемберлин. - М.: ДиректмедиаПублишинг, 2008. - 403 с.
19. Кейнс, Дж.М. Конец laissez-faire / Дж.М. Кейнс // Истоки. Вып. 3. М.: ГУ-ВШЭ, 2001. – 437 с.
20. Кейнс, Дж. М. Общая теория занятости, процента и денег / Дж. М. Кейнс. – М.: Прогресс, 1978. – 598 с.
21. Дзарасов, С.С. Куда Кейнс зовет Россию? / С.С. Дзарасов – М.: Алгоритм, 2012. – 304 с.
22. Веблен, Т. Теория праздного класса / Т. Веблен, пер. с англ. – М.: Прогресс, 1984. – 367 с.
23. Kasper, W., Streit, M.E., Boettke, P.J. Institutional Economics: Property, Competition, Policies / W. Kasper. – Edward Elgar Publishing, 2012. – 578 p.
24. Ollila, P. Principles of Institutional Economics –with Applications to Cooperative Enterprises [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.helsinki.fi/taloustiede/opiskelu/mark/Principles%20of%20institutional%20economics.pdf> (дата обращения: 15.04.2015).

ОБ АКТУАЛЬНОСТИ И ВОСТРЕБОВАННОСТИ УЧЕНИЯ КАРЛА МАРКСА

Шевцов В.В., Чижик В.А., Корохов С.С.

Кубанский государственный аграрный университет имени И.Т. Трубилина, г. Краснодар

Еще с тех пор, когда мыслители, пока ещё не учёные-экономисты, делали первые уверенные, а иногда и не слишком, попытки давать свои пояснения к тому, каким должно быть национальное хозяйство страны и какие у него существуют особенности, что нужно делать для достижения успеха в торговле и повышения благосостояния народа и какие закономерности нужно при этом учитывать, чтобы лишний раз не навредить другим участникам торговли, экономика начала формироваться как наука. Можно много рассказывать о достижениях самых известных человечеству экономистов, однако целью данной работы является анализ существующих альтернативных взглядов на учение Карла Маркса, названного в честь него же, а также на то, какие из его идей нашли своё подтверждение в современном для нас мире, а какие из предсказаний так и остались фантазиями прошлого.

Главным трудом всей жизни Карла Маркса стал колоссальный по своим масштабам его научный труд «Капитал», в котором он производит критический анализ капитализма в рамках политической экономии. Среди современников его работа вызвала довольно широкий резонанс, т.к. его идеи несли в себе значительную научную новизну. Учение Маркса впоследствии послужило идеологической основой для свержения капитализма в России путём революции, главная цель которой – построение коммунистического общества во всём мире, которое, согласно формационной концепции, – верхняя ступень развития, следующая за капитализмом.

Нужно признать, что «Капитал» Маркса был и остаётся ценным и необходимым для понимания сущности капитализма произведением, даже несмотря на критику в его адрес относительно существующих ошибок и противоречий. Наблюдая за тем, какое внимание привлекает этот научный труд в настоящее время, необходимо ответить на вопрос: «С чем связан возросший интерес к «Капиталу» Маркса?».

Ответ к данному вопросу отчасти можно найти в конфликте между политической экономией и западной экономической мыслью, которая развивалась в рамках неоклассического направления. В этих условиях сторонники капиталистической системы не признавали формационную теорию Маркса, равно как и то, что капитализму, в конечном счёте, должен прийти «конец». В дополнение к предположению о смене капитализма вышестоящей формацией, Маркс выдвинул идею о том, что при рыночной, нерегулируемой капиталистической экономике будут неизбежны тяжёлые экономические кризисы, благодаря которым ещё больше будет угнетаться эксплуатируемый класс.

Карл Маркс был продолжателем идей классиков политической экономии, считал, что стоимость товара создаёт общественно необходимый труд наёмного рабочего, часть из которого владелец капитала присваивает себе и тем самым получает прибыль. В рамках капиталистической системы, утверждал Маркс, эксплуатируемый пролетариат со временем будет испытывать на себе всё большее угнетение со стороны капиталистов. Согласно утверждению Маркса, при капитализме неизбежными будут кризисы перепроизводства. Великая депрессия – по-настоящему «тёмные времена» для капиталистической системы в 30-х годах прошлого столетия. Мировой экономический кризис стал наглядным доказательством того, о чём Маркс предупреждал своих современников и последователей. Руководство пострадавших стран больше не могло отрицать марксистскую теорию о кризисах капитализма, и в своих реформах большое внимание вынуждено было уделять «эксплуатируемому классу», т.к. он, из-за снижения доходов, провоцировал неплатёжеспособность совокупного спроса на товары, которых оказалось слишком много. В результате содействия и кооперации капиталистическим странам удалось упрочить отношения и преодолеть кризис в мировой экономике.

Маркс считал неизбежной мировую революцию. Однако Советский союз еще при жизни Сталина заявил о том, что коммунизм можно построить и в отдельно взятом государстве.

В своих размышлениях Карл Маркс затрагивает и перспективы мировой рыночной системы. Сегодня мы видим, как активно страны торгуют между собой, как развивается международное разделение труда, экспортная специализация, как международные экономические организации, такие, как МВФ и ВТО регулируют отношения между ними, «фильтруют» денежные и товарные потоки, несут в себе принципы экономической глобализации.

Несмотря на то, что некоторые события в экономике прошлого и настоящего, казалось бы, предсказаны или в какой-то мере предвосхищены марксистским учением, всё же в теории Карла Маркса остаются недосказанности и неточности.

Трудовая теория стоимости обозначает вполне логичные и не совсем справедливые взаимоотношения между работодателями и «эксплуатируемым классом». Стоимость блага создается с помощью общественно необходимого труда рабочего. Но у рабочей силы тоже есть своя стоимость – это количество благ, которое необходимо рабочему для того, чтобы поддерживать своё существование и обеспечивать семью. Владелец капитала покупает рабочую силу, и работник за определённую плату соглашается трудиться на него. В процессе труда создается стоимость блага, часть этой стоимости является прибавочной, из которой сам работник ничего не получает, ему только возмещается стоимость его рабочей силы. По Марксу прибавочную стоимость капиталист присваивает себе безвозмездно. За это Маркс называет буржуазию классом эксплуататоров, а пролетариев – эксплуатируемым классом. И каждый пролетарий, как считал Маркс, может потребовать назад то, что забрал у него капиталист – ту самую прибавочную стоимость.

Чтобы понять, почему в этой теории есть некоторые нестыковки, нужно обратиться к теории факторов производства. На сегодняшний момент выделяют четыре основных фактора производства: труд, земля, капитал, предпринимательские способности. Согласно этой теории, каждый из факторов вознаграждается в соответствии с их долей в стоимости блага. И тогда появляется обоснование того, почему владелец капитала присваивает себе часть стоимости блага. Суть предпринимательских способностей заключается в том, что капиталист или же предприниматель, способен умело комбинировать все факторы производства и организовывать предприятие, создавая благо, которое успешно продается на рынке по цене, близкой к меновой стоимости или равной ей, и приносит прибыль. В этом смысле предприниматель берёт на себя риски по поводу возможных потерь и убытков. Маркс же считал, что существует два противоборствующих класса, интересы которых в рамках капиталистической системы никогда не будут совпадать: первые хотят получать высокую заработную плату, вторым нужны всё большие прибыли. Кроме этого, не совсем ясно, что Маркс в рамках своего формационного подхода предлагал на смену капитализму.

Марксистские идеи о переходе от капитализма к коммунизму через смену формации были подхвачены движением большевиков и стали идеологической основой для Октябрьской революции 1917 года. Впоследствии началась Гражданская война, после которой образовался Союз Советских Социалистических Республик и начался его долгий путь к «светлому» коммунистическому будущему. Можно, конечно, поставить под сомнение то, насколько правильно советские идеологи понимали марксистское учение. Ведь сама работа «Капитал» – достаточно сложное для понимания научное произведение, и нет никакого основания полагать, что простые рабочие, класс пролетариев, до конца понимали свою роль в процессах смены формации и вообще сколько-нибудь хорошо разбирались в теории марксистского учения. Поэтому с главного идеолога марксизма, Карла Маркса, почти полностью снимается ответственность за события в период с правления Сталина и до распада СССР.

Вопреки предсказаниям Маркса о неизбежности краха капитализма, сейчас мы наблюдаем ситуацию прямо противоположную. Советский Союз без малого семьдесят лет пытался построить коммунизм, но, в конечном счёте, не достиг цели: от капитализма он перешел к социализму, а от него обратно к капитализму. Здесь мы можем заявить о том, что Маркс был не прав касательно того, что крах капитализма неизбежен.

Итак, сказать однозначно, что Карл Маркс был настоящим пророком нельзя. Нельзя и большинство неудач и провалов мирового капитализма связывать с его именем. С одной стороны, в его учении есть значимая доля истины, и многое из того, о чём он размышлял, всё-таки нашло отражение в современном мире, в частности, в экономике развитых и развивающихся капиталистических стран и в глобальных экономических процессах. Но с другой стороны, Маркс оставил после себя и немало вопросов по поводу того, каким будет общество после капитализма, есть недосказанности в теоретической составляющей его учения. Однако в защиту его выдающейся личности просто необходимо сказать следующее: человек не может оказаться прав во всём, действовать как компьютерная программа и выстраивать идеальный план развития событий; и уж тем более Маркс не обладал сверхъестественными способностями. Но благодаря своему фантастическому интеллекту, умению критически мыслить с учетом наследия мыслителей прошлых поколений, его мысли и сегодня весьма актуальны и востребованы.

Список использованных источников

1. Журнал «Альтернативы», 2008 г., № 4
2. М.Хазин. Предисловие к русскому изданию книги "Почему Маркс был прав?" Терри Иглтона <http://worldcrisis.ru/crisis/998467>
3. Пять удивительных предсказаний Карла Маркса <https://inosmi.ru/world/20140208/217323665.html>
4. Почему Маркс был прав / пер. П. Норвилло. — М.: Карьера Пресс, 2012 (304 с.)
5. XXI век: в чём был прав и в чём ошибался Карл Маркс http://www.intelros.ru/intelros/reiting/rejting_09/material_sofi/8546-xxi-vek-v-chem-byl-prav-i-v-chem-oshibalsya-karl-marks.html

СЕКЦИЯ №2.

ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ НАРОДНЫМ ХОЗЯЙСТВОМ (СПЕЦИАЛЬНОСТЬ 08.00.05)

ОСОБЕННОСТИ ПРОДВИЖЕНИЯ ТУРИСТИЧЕСКИХ УСЛУГ РЕГИОНОВ НА МИРОВОЙ РЫНОК

Ахмедова М.Р.

преподаватель Кубанского Государственного Университета, г. Краснодар

Россия обладает существенным туристическим потенциалом, тем не менее, существенно отстает от многих других стран по размеру инвестиций в продвижение туристических услуг и масштабу кампаний, направленных на развитие туризма. По эффективности маркетинга в туризме по данным WEF Россия занимает только 122 место в мире из 133. Иные источники тоже подтверждают отсутствие подходящего туристического имиджа России. Более того, сегодня существует негативный информационный фон вокруг нашей страны: материалы, публикуемые иностранными СМИ, часто содержат предостережения касательно опасности путешествий в страну России. Показательно, что по итогам международного опроса туристов среди городов России только Санкт-Петербург вошел в 20-ку предпочитаемых для посещения европейских городов [7].

Мировой опыт свидетельствует, что региональные программы продвижения туристических услуг являются действенным инструментом развития туризма. При этом лишь только российские регионы имеют специально разработанные программы маркетинговых мероприятий и предпринимают усилия по продвижению своих туристических возможностей в СМИ. Ниже приведены главные аспекты, на которые необходимо обратить внимание при разработке региональных маркетинговых программ.

Главное условие успеха маркетинговой программы – это наличие стратегического фокуса и использование комплексного подхода. Программа должна быть сфокусирована на формирование наиболее привлекательных туристических продуктов и их продвижение на перспективных географических рынках, которые могут обеспечить существенное увеличение объема туристических потоков в регион, а не распылять ресурсы [8].

Разработка проектов и мероприятий программы должна носить комплексный характер, т.е. затрагивать сразу несколько направлений:

1. Мероприятия по туристическому продукту: формирование и рост конкурентоспособности туристического предложения региона;
2. Мероприятия по росту результативности организации системы продаж: помощи развитию продаж продукта на целевых рынках;
3. Мероприятия по формированию и продвижению бренда и росту эффективности маркетинговых коммуникаций на целевых рынках;
4. Мероприятия по формированию внутренней маркетинговой инфраструктуры и системы управления маркетинговой активностью.

Чрезвычайно важный аспект продвижения туристических услуг региона – формирование узнаваемого бренда [4]. Отсутствие бренда региона «размывает» суть туристического предложения российских регионов.

Мировой опыт указывает на то, что в наиболее благополучных туристических центрах, как правило, при формировании бренда выбирается лишь один наиболее яркий образ, ассоциируемый с конкретным регионом. Эта специфическая черта дает возможность сформировать идею бренда, что делает его запоминающимся. Главная идея бренда отражает уникальное предложение страны своим целевым рынкам. Наличие бренда дает возможность сильно повысить эффективность маркетинговых коммуникаций. В последнее время даже популярные туристические направления стараются сформировать бренды территории. Примером удачной практики является Греция. Греция – один из благополучных примеров сильного туристического бренда, который ежегодно лидирует по показателям узнаваемости, потребительских предпочтений и лояльности. Суть бренда передает колорит страны и региона, подчеркивает уникальность территории, ее неповторимую историю и природу, выделяет преимущества предпочтения Греции в качестве места отдыха.

Важнейшими каналами продвижения бренда в туризме являются телевидение и пресса [3].

Нелегко обстоит дело с продвижением туристических услуг за рубеж. Международные поездки являются специфической формой международной экономики, называемой в *системе национальных счетов* международным туризмом [1]. Их особенность состоит в том, что потребитель услуг перемещается к их производителю за рубеж, где, будучи нерезидентом, покупает услуги и товары. Тем самым с позиции мировой экономики международные поездки являются не столько видом услуги, сколько набором услуг, покупаемым путешественниками за рубежом.

ЮФО, например, обладает богатейшими природно-климатическими ресурсами и туристическими активами, обладает значительным потенциалом для превращения его в курортную зону мирового класса. ЮФО посещают ежегодно более 8,6 млн. туристов (из 9,5 млн. посещающих Юг России), большая часть которых приходится на Краснодарский край (более 86%), а также Ростовскую (более 6%) и Волгоградскую область (4%).

ЮФО имеет разнообразные активы для развития туризма, включая Кавказские горы, Черноморское побережье, источники целебных минеральных вод. Регион имеет выход к Азовскому, Черному и Каспийскому морям, на его территории протекают крупнейшие реки РФ (Волга и Дон) и простираются живописные равнины. Однако, несмотря на весь потенциал, развитие продвижения туризма в ЮФО слабое, об этом свидетельствует низкая доля экспорта туристических услуг. Позиции ЮФО на данном рынке в настоящее время остаются невысокими [5]. Напротив, импорт туристических услуг набирает обороты.

В целом в ЮФО сегодня гостиничное дело более доходно по сравнению со среднероссийским уровнем. Наиболее прибыльным в 2014 г. оно было в Ростовской и Волгоградской областях, а также в Республике Адыгея; убыточным – в Республике Калмыкия и Астраханской области; в Краснодарском крае рентабельность низкая [9].

Сегодня в ЮФО туризм составляет важную долю экономики только в Краснодарском крае (особенно в Сочи и Анапе) [4].

В краснодарском крае имеется 18 курортных территорий разнообразного подчинения: 3 – федерального (Анапа, Сочи, Геленджик), 3 – краевого и 12 – местного. Край является одним из наиболее привлекательных мест для отдыха благодаря санаторно-курортному комплексу, черноморскому побережью и развитию горнолыжного туризма. В крае могут быть выделены девять крупных туристических кластеров: Сочи, Анапа, Туапсе, Геленджик, Новороссийск, Темрюк и Горячий Ключ, Апшерон, Краснодар.

Поэтому упор целесообразно сделать на данный федеральный округ.

Сегодня перед Россией стоит задача эффективного использования имеющегося ресурсного, культурного, инновационного и иных потенциалов при формировании институтов и структур, а также механизмов развития сферы туристических услуг с тем, чтобы успешнее участвовать в международной торговле этими услугами.

В целях поддержки продвижения туристических услуг регионов ЮФО на мировой рынок необходимо:

1. Разработать региональные программы продвижения туристических услуг.
2. Сформировать в округе узнаваемый бренд и положительный имидж для иностранных туристов.
3. Разрешить проблемы, сдерживающие туристский потенциал округа.

Для реализации этих задач государству необходимо вкладывать средства не только в продвижение туристического продукта, но и в его создание, в развитие инфраструктуры отечественного туризма, определять наиболее перспективные направления его развития, тем более что туризм является наименее капиталоемкой отраслью экономики, обещающей быструю отдачу.

Список литературы

1. Абади Мохаммед М. Роль международного туризма в развитии внешнеэкономической деятельности // [Terra Economicus](#). – № 1-2. – С. 157.
2. Баумгартен, Л.В. Управление качеством в туризме: практикум / Л.В. Баумгартен. — М.: КноРус, 2010. — 284 с.
3. Докашенко Л. В. [Развитие делового туризма в России // Инфраструктурные отрасли экономики: проблемы и перспективы развития](#). – 2013. – № 3. – С. 143-144.
4. Желватых А.А. [Динамика и факторы развития современного туристического рынка России // Альманах современной науки и образования](#). – 2012. – № 7. – С. 48-50.
5. Луковцева А.К. Состояние и проблемы развития туризма в ЮФО // [Бизнес в законе. Экономико-юридический журнал](#). – 2012. – № 2. – С. 1-4.
6. Луковцева А.К. Формирование инновационного потенциала социально-экономического развития Южного федерального округа: автореферат. -М., 2012.
7. Нездойминов С. Г. [Туристический поток фактор конкурентоспособности региона // ARS ADMINISTRANDI](#). – 2014. – № 3. – С. 79-81.
8. Раннинен И.А. [Влияние развития и продвижения туристских услуг региона на социально-экономическое развитие территорий // Вестник Омского университета. Серия «Экономика»](#). – 2012. – № 2. – С. 104-106.
9. Российский статистический ежегодник. – М.: Госкомстат России, 2014. – 683 с.

ГИПЕРТЕКСТУАЛЬНОСТЬ, ИНТЕРАКТИВНОСТЬ И МУЛЬТИМЕДИЙНОСТЬ КАК КЛЮЧЕВЫЕ СВОЙСТВА СОВРЕМЕННЫХ ИНТЕРНЕТ-СМИ

Бирюков В.А.

Московский политехнический университет

Интернет-СМИ обладают уникальными свойствами, которые отличают их от всех остальных видов медиа. К таким свойствам относятся [1]:

- гипертекстуальность;
- интерактивность;
- мультимедийность.

Благодаря этим свойствам, которые предоставляют технологии Интернета, журналисты могут [2]:

- 1) расширить не только объемы информации, но и ее содержание;
- 2) выразить смысл послания с помощью разных кодов общения;
- 3) использовать для работы с аудиторией разнообразные формы общения, предоставить ей более полные возможности для реагирования и участия в информационном обмене.

Как говорил «отец-основатель» гипертекста Тед Нельсон, главная особенность гипертекста заключается в том, что он создает систему связи между отдельными документами с помощью встроенных в текст гиперссылок [1,3]. Гипертекст расширяет информационные возможности не только производителей медиапродукта, но и его потребителей. Ссылки на разнообразные источники, выполненные в гипертекстовом режиме, предоставляют первым уникальную возможность повысить качество информации, а именно ее полноту и достоверность, вторым – воспользоваться альтернативными источниками и самостоятельно участвовать в интерпретации фактов, приходиться к собственным выводам.

Гипертекстные связи, на которых строится весь Интернет, можно рассмотреть в четырех проекциях [1]:

- 1) как один из технических элементов решений веб-дизайна;
- 2) как основной признак, определяющий целевое назначение сайта;
- 3) как источник информации;
- 4) как характеристику контента.

Рассматривая гипертекстовые ссылки с точки зрения веб-дизайнерских решений, можно выделить два основных подхода: ссылки размещаются в «теле» текста или они выносятся в боковое меню, расположенное за пределами и, как правило, сбоку от основного материала.

Гиперссылки могут быть контекстуального и тематического характера. Действительно, гипертекст – это еще и возможность расширения контекста каждого конкретного содержательного элемента, это то, что позволяет читателю лучше понять смысл происходящего, помогает ориентироваться в потоке информации. При этом гипертекст может неограниченно расширить тематическое поле с помощью ссылок на публикации по предлагаемой или смежной с ней тематике.

Медиатексты, соединенные с помощью гипертекстовых ссылок, могут соединяться либо с другими частями того же домена (внутренние связи), либо с другими доменами, находящимися где-то в Интернете (внешние связи).

Поэтому выделяется два вида гипертекстуальности – внутренняя и внешняя, и они принципиально отличаются друг от друга разными подходами к источникам информации. Например, внутренние ссылки, отсылающие к информации в пределах одного и того же сайта (к другим публикациям по теме, к материалам того же автора), хотя и позволяют потребителю узнать дополнительные сведения, но в рамках тех же повесток дня.

Это ссылки на публикации из архива, на материалы того же или другого автора по смежной тематике. При этом информация, безусловно, «расширится», но будет развиваться по спирали, без привлечения альтернативного взгляда. Напротив, внешние ссылки дают возможность читателю ознакомиться с другими ресурсами, иными позициями, альтернативными источниками, и в этом смысле они, бесспорно, более продуктивно используют Интернет и его технологии для информирования своих аудиторий.

Слово «мультимедиа» возникло в 90-е годы XX века как материальная реализация идеи медиаконвергенции, т.е. слиянии всех каналов передачи информации – периодической печати, радиовещания, телевидения и Интернета – в одно целое.

Следует отметить, что подходы к мультимедийности возникли намного раньше, чем появился Интернет. От мономедийности отошли уже газеты, когда помимо вербального текста стали публиковать сначала графику, а затем и фотоиллюстрации. Радио с самого начала использовало две знаковые системы для передачи информации: вербальную и звуковую. В телевещании добавился еще и видеоряд. Интернет благодаря своим техническим возможностям, может использовать мультимедиа в полной мере.

Свойство коммуникативной интерактивности считается третьей особенностью Интернет-СМИ, их органичным, специфическим свойством. Известный американский исследователь Нора Пол предлагает рассматривать интерактивные возможности интернет-СМИ с разных точек зрения [1-3]:

- направленности коммуникации,
- используемых форматов общения,
- их синхронности/асинхронности,
- характера модерации,
- целевых задач.

Интерактивность с точки зрения направленности действий участников коммуникационного процесса может иметь четыре основные конфигурации [2]:

1. от одного – к одному (например, возможность пользователю написать по электронной почте письмо журналисту или редактору);
2. от одного – ко многим (например, журналист/редактор/модератор рассылает электронное письмо, используя лист рассылки);
3. от многих – к одному (например, когда пользователи имеют возможность задать вопрос конкретной персоне: «задай вопрос президенту/депутату/писателю и т.п.», интервью);
4. от многих ко многим (например, участие в форуме).

Принципиальное отличие интерактивности в Интернет-СМИ состоит в том, что здесь двухстороннее общение разворачивается в одной и той же физической среде, т.е. не «газета» – «почта», или «радио» – «телефон», а «Интернет» – «Интернет». При этом общение может принимать синхронный, или онлайн характер.

На практике редакции СМИ, присутствующие в Интернете, пользуются разными устоявшимися форматами сетевого общения – электронными письмами, чатами, форумами, даже SMS. Это, несомненно, расширяет диапазон их коммуникативных возможностей: от диалоговой коммуникации, выражающейся в общении редакции с отдельными представителями аудитории, до форумов, когда обсуждение событий, вынесенных на повестку дня, проходит в многостороннем режиме – между редакцией и читателями, и чатов, когда коммуникационный процесс завязывается между отдельными потребителями.

В этой связи у журналистов появляются новые профессиональные обязанности модераторов, организаторов этой многосторонней коммуникации, что помогает им быть активной стороной в организации дискуссий. Возможность вступить в контакт с аудиторией позволяет Интернет-журналистам в полном объеме почувствовать её социальные потребности, а, значит, приблизиться к максимальному удовлетворению ее информационных запросов. Интерактивное общение может протекать как вживую, в режиме онлайн, синхронно, например, в чатах, так и в форме отложенного контакта участников коммуникационного обмена – в форумах и в электронной переписке.

Применяя возможности интерактивного общения, редакция СМИ может преследовать несколько функциональных задач:

1) информационного обмена с потребителем, что позволяет последнему запрашивать дополнительную информацию (например, воспользоваться функцией поиска) или прокомментировать событие;

2) навигации, т.е. помощи в ориентации в контенте сайта;

3) регистрационные – для налаживания прямых контактов редакции с пользователями.

Таким образом, Интернет-СМИ обладают тремя оригинальными, только им присущими особенностями, выделяющими их из всей медиасистемы.

Список литературы

1. Лукина М.М., Фомичева И.Д. СМИ в пространстве Интернета. – М.: Факультет журналистики МГУ им. М.В. Ломоносова, 2005. – 87 с.
2. Лукина М.М. Интернет-СМИ: Теория и практика. – М.: Аспект Пресс, 2010. – 348 с.
3. Бирюков В.А. Конвергенция как ключевой фактор трансформации средств массовой информации // Сборник научных трудов по итогам III Международной научно-практической конференции «Актуальные вопросы экономики, менеджмента и финансов в современных условиях». – Нижний Новгород: Инновационный центр развития образования и науки. – 2016. – С. 41-42.

МОНИТОРИНГ СФЕРЫ ОБРАЗОВАНИЯ: СОВРЕМЕННЫЕ УСЛОВИЯ И ПРОБЛЕМЫ

Болгов С.А., Болгова Е.В.

Самарский государственный университет путей сообщения, г. Самара

Образование как целенаправленная деятельность по получению знаний и умений является одной из важнейших в жизни человека. В современном развитии России роль образования определяется необходимостью преодолеть отставание страны от глобальных тенденций социально-экономического прогресса, чему препятствует ряд проблем, связанных с состоянием сферы образования, отсутствие четкого понимания причин их возникновения. Для выявления источников проблем необходимы современные аналитические инструменты, разработка которых является стратегической задачей государственного управления сферой образования. Развитие аналитического инструментария осуществляется в задачах оценки качества образования на основе принципов объективности, прозрачности, открытости для экспертного мнения и общественного участия. Необходимость учета того факта, что образование постоянно встает перед новыми вызовами, требует нестандартных подходов к аналитической практике, и в этом отношении мониторинг сферы образования является современным инструментом диагностики, с помощью которого можно оценить качество образования, выявить проблемы, мешающие его динамическому развитию, установить причины отставания и способы их устранения.

На макроэкономическом уровне мониторинг является инструментом государственного регулирования сферы образования и элементом системы оценки качества образования, в практике управления образовательными организациями – эффективным средством обоснования стратегии, отвечающей политике страны и учитывающей глобальный контекст развития сферы образования[3].

Основные условия, которые, по мнению ряда авторитетных ученых, определяют в настоящее время вектор развития сферы образования, являются, во-первых, лавинообразное обновление технологий, которое

вызывает необходимость так организовать систему образования, чтобы она приобрела способность обучать людей на протяжении всей жизни; во-вторых, движение к полностью информационной экономике, обуславливающей значимость информационных компетенций; в третьих, высочайшая диверсификация экономики и рост конкуренции, вызывающие сокращение сферы низкоквалифицированного труда, изменение структуры занятости и, в итоге, потребность в непрерывном повышении профессиональной квалификации и переподготовке работников, росте их профессиональной мобильности; в четвертых, возрастание значимости человеческого капитала, который в развитых странах составляет до 70-80% национального богатства.

В таких условиях ситуацию в сфере образования России характеризуют как кризисную, указывают на то, что разворачивается она на фоне позитивных общемировых трендов [1, 2]. Рост массовости образования дает основание говорить о переходе к всеобщему высшему образованию в экономически развитых странах. Коммерциализация высшего образования сформировала целую отрасль мирового хозяйства и международный рынок образовательных услуг с ежегодным объемом продаж в десятки миллиардов долларов, с объемом потребительского спроса в несколько миллионов студентов. Информатизация образования, вызванная взрывным развитием цифровых технологий и средств сети «Интернет» привела к потере уникальности содержания предметного знания, к его массовой доступности.

Сложившиеся условия развития определяют задачи мониторинга сферы образования, в числе которых систематический сбор, обработка и анализ информации могут быть использованы для контроля качества образования и улучшения процесса принятия решений. Размещение информации в открытых источниках необходимо для информированности общественности о состоянии сферы образования и используется как инструмент обратной связи в реализации проектов, программ, выработанной образовательной политики.

Основанием для проведения мониторинга являются Федеральный закон от 29 декабря 2012 г. № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации» (часть 5 статьи 97) [4] и Правила осуществления мониторинга системы образования, утвержденные Постановлением Правительства Российской Федерации от 5 августа 2013 г. № 662 [5].

Согласно существующему порядку мониторинг проводится органами государственной власти, а в перечень обязательной информации входят детализированные по уровням образования показатели доступности образования, содержания образовательной деятельности, кадрового, материально-технического и информационного обеспечения, условий получения образования, включая параметры сети образовательных организаций и их финансово-экономической деятельности.

Существующая практика мониторинга решает инструментальные задачи контроля качества в системе образования, однако, в оценке проблем ее возможности ограничены слабым восприятием условий развития сферы образования. Проблема ограниченности мониторинга как инструмента управления требует решения ряда методических и организационных вопросов, к числу которых относится, прежде всего, расширение числа показателей до целостного информационного комплекса, отражающего сравнительное состояние сферы образования, в том числе, на уровне субъектов РФ. В современной мировой практике в качестве эффективной технологии такого – проблемного - мониторинга сферы образования традиционно используют методы бенчмаркинга, основная идея которого заключается в выявлении и адаптации передового опыта решения проблем развития к условиям собственной организации или территории. Бенчмаркингу в сфере образования посвящено много исследований, авторы которых разделяют общие взгляды, согласно которым бенчмаркинг реализует в комплексе операционный и стратегический подходы к мониторингу вузов (или организаций других уровней образования). Однако для решения проблем развития сферы образования возможности бенчмаркинга используются не достаточно полно, поскольку в составе показателей мониторинга отсутствуют оценки территориальных систем образования, их вклада в развитие экономики российских регионов. Повысить эффективность мониторинга, создать целостный информационный комплекс могли бы относительные показатели, увязывающие характеристики развития региональной вузовской сети и экономики субъекта РФ. Так, показатели динамики образовательных организаций Самарской области отражают общероссийскую тенденцию сокращения их числа (таблица 1).

Таблица 1- Динамика образовательных организаций Самарской области

Показатель, ед.	2011	2012	2013	2014	2015	Базисный темп роста, %
Число дошкольных образовательных организаций	641	629	378	367	359	56,0
Число общеобразовательных организаций	958	942	914	904	894	93,3
Число организаций, осуществляющих подготовку квалифицированных рабочих, служащих	26	18	11	11	11	42,3
Число образовательных организаций, осуществляющих подготовку специалистов среднего звена	64	69	74	63	62	96,9
Число образовательных организаций высшего образования	29	29	28	28	26	92,8

Также как и показатели распределения, демонстрирующие отсутствие роста удельного веса лиц с высшим образованием, занятых в экономике субъекта (таблица 2).

Таблица 2 - Распределение численности занятых в экономике Самарской области по уровню образования (в % к итогу)

Уровни образования	2011	2012	2013	2014	2015
1	2	3	4	5	6
Высшее профессиональное	33,7	34,8	35,6	37,4	35,8
Среднее профессиональное	28,7	32,4	28,7	28,4	31,5

Продолжение таблицы 2

1	2	3	4	5	6
Начальное профессиональное	16,3	14,3	15,6	16,1	16,6
Среднее (полное) общее	17,7	15,9	16,9	16	12,9
Основное общее	3,5	2,4	2,9	2	3,1
Не имеют основного общего образования	0,2	0,2	0,2	0,1	0,1

Но при сравнении с индикаторами регионального развития, такими, например, как удельный вес инновационной продукции в структуре выпуска (сократился в регионе с 21,5% до 19,1%) показатели состояния сферы образования выявляют проблему потери темпов инновационного развития, вызванную сокращением образовательного потенциала [6].

Список литературы

1. Волков А.Е. Высшее образование: повестка 2008-2016 / А.Е. Волков, Д.В. Ливанов, А.А. Фурсенко // Российское образование: тенденции и вызовы : сб. ст. и аналит. докл. – М. : Дело, 2009. – 400 с.
2. Мельник В.В. Глобальные тенденции и особенности модернизации высшего профессионального образования в России // Университетское управление: практика и анализ. 2011. № 5. С. 58-63.
3. Постановление Правительства РФ от 15 апреля 2014 г. N 295 "Об утверждении государственной программы Российской Федерации "Развитие образования" на 2013 - 2020 годы" //Режим доступа: <http://base.garant.ru>
4. Федеральный закон от 29.12.2012 №273-ФЗ (ред. От 03.07.2016) «Об образовании в Российской Федерации»//Режим доступа: <http://base.garant.ru>

5. Правила осуществления мониторинга системы образования, утвержденные Постановлением Правительства Российской Федерации от 5 августа 2013 г. № 662// Режим доступа: <http://base.garant.ru/70429494/>
6. http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/science_and_innovations/science/

ОСОБЕННОСТИ КОНКУРЕНЦИИ НА ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННОМ РЫНКЕ

Бражникова А.С.

Государственный Университет Управления, г. Москва

Телекоммуникационная отрасль начала своё масштабное развитие сравнительно недавно, отчасти являясь последствием НТР. Услуги операторов сегодня не ограничиваются совершением звонков, а состоят из целого комплекта дополняющих друг друга услуг связи. Современный человек информационного общества с трудом может представить свою жизнь без смартфона. Развитие телекоммуникационных технологий сегодня – это стратегическое направление развития экономики страны в целом. Высокоскоростной широкополосный доступ в Интернет, мобильная связь 4G, цифровые и электронные услуги становятся необходимыми составляющими конкурентного преимущества страны и построения на её территории информационного общества. [4]

Именно телекоммуникационные технологии определили переход экономики на информационный этап своего развития. Основной отраслью экономики сейчас становятся телекоммуникационные технологии и информация, где вся экономическая деятельность направлена на производство и потребление информации. [9]

Таблица 1 – Структура платных услуг населению [10] (в процентах к итогу)

	2005	2006	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	
									В процентах к итогу	Млн. руб.
Все оказанные услуги	100	8050807,7								
в том числе:										
бытовые	10,1	9,9	9,9	9,9	9,6	9,9	10,8	10,8	10,9	877937,5
транспортные	21,5	21,2	20,3	19,0	19,3	19,6	18,7	18,6	18,4	1481518,4
связи	18,5	18,6	19,5	19,2	18,8	18,7	17,7	17,0	15,9	1283481,7
жилищные	5,3	5,6	5,5	5,8	5,9	5,9	5,7	5,9	6,5	525594,3
коммунальные	18,3	18,0	19,3	21,1	21,8	21,1	21,1	21,0	21,1	1694255,0
культуры	2,3	2,2	1,7	1,7	1,6	1,6	1,7	1,7	1,7	138936,8
туристские	1,5	1,6	1,7	2,0	2,0	2,0	2,1	2,0	2,0	158251,9
гостиничные	2,6	2,7	2,4	2,3	2,3	2,3	2,3	2,4	2,3	188991,9
физической культуры и спорта	0,7	0,6	0,6	0,6	0,6	0,6	0,7	0,7	0,8	62209,5

Телекоммуникационная отрасль в настоящее время является одной из наиболее быстрорастущих отраслей практически во всём мире. Согласно данным Росстата за последние 10 лет, услуги связи среди остальных платных услуг, предоставляемых населению, занимают третье место после бытовых и транспортных услуг. Данные представлены в таблице 1.

Такая статистика обусловлена неотъемлемостью услуг связи в жизни современного человека. Сегодня телефоном пользуются ежедневно миллионы человек, совершая звонки, посылая сообщения, используя интернет и т.д. Даже во время кризиса маловероятно человек, живущий в информационном обществе, сможет позволить себе отказаться от услуг мобильных операторов. По данным за 2015 год

отрасль связи снизила свой процент до 15,9 по сравнению с докризисным 2009 годом (19,5%), но всё равно находится в тройке лидеров платных услуг.

Важность развития данной отрасли сложно переоценить. Не зря регуляторы большинства стран уделяют много времени контролю этой отрасли и поддержанию конкуренции в ней. [6]

В настоящее время телекоммуникационный рынок насыщен, операторам становится сложно найти новых абонентов. В основном, компании ведут борьбу за действующих абонентов, пытаясь «переманить» их от одного оператора к другому. [5] В таблице 2 представлена статистика России по показателям телефонной связи с начала 90-х годов. По этим данным видно, что насыщенность телекоммуникационного рынка значительно увеличилась за 22 года. Расширился ассортимент услуг, цены на них варьируются. Покупатель может выбрать необходимый и подходящий именно ему пакет услуг, что сложно было бы представить в 1992 году. Из таблицы видно, что сфера связи развивалась как в целом, так и сотовая связь в частности.

Таблица 2 - Основные показатели развития телефонной связи общего пользования и подвижной связи [7]

	1992	2000	2005	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Число телефонных аппаратов (включая таксофоны) телефонной сети общего пользования – всего, млн. шт.	24,8	33,0	42,9	45,4	44,9	44,2	43,2	41,5	39,1
в том числе:									
городской местности	21,3	29,1	37,8	40,0	39,6	38,9	38,1	36,6	34,5
сельской местности	3,5	4,0	5,1	5,4	5,3	5,2	5,1	4,9	4,6
Число телефонных аппаратов (включая таксофоны) на 100 человек населения, шт.	16,7	22,6	29,9	31,8	31,4	30,9	30,1	28,9	26,8
Число подключенных терминалов сотовой связи на 100 человек населения ¹⁾ , шт.	0,004	2,2	86,3	161,4	166,4	179,0	182,7	193,3	190,8

¹⁾ На конец 2015 г. – 193,8 шт.

Подробнее статистика приведена в таблице 3. Из неё мы видим, что в целом по России показатель наличия сотовых телефонов у граждан за 14 лет увеличился в 85 раз. В Москве и Московской области этот показатель увеличился в 21,5 раз.

Таблица 3 - Число абонентских устройств подвижной радиотелефонной (сотовой) связи на 1000 человек в Центральном Федеральном округе РФ [8]

	2000	2001	2002	2004	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Российская Федерация	22,3	53,2	121,5	496,0	1 613,8	1 663,7	1 790,3	1 826,9	1 933,3	1 908,4
Центральный федеральный округ	55,5	118,4	222,1	656,3	1 753,3	1 823,4	1 990,2	2 045,8	2 206,0	2 158,8
г. Москва и Московская область	117,3	242,1	422,5	961,0	2 082,9	2 128,4	2 288,6	2 394,8	2 651,1	2 524,8

С каждым годом растёт число пользователей интернета. Статистика представлена в таблице 4. За 3 года (2011-2014) этот показатель по России увеличился на 7 миллионов человек. В Москве число пользователей интернета за этот же период выросло почти на 2 миллиона человек.

Таблица 4 - Число активных абонентов фиксированного доступа в Интернет в Центральном Федеральном округе [8]

	2011	2012	2013	2014			
				I квартал	II квартал	III квартал	IV квартал
Российская Федерация	18 003 873	21 110 730	24 115 233	24 554 310	24 484 707	24 582 213	25 043 995
Центральный федеральный округ	5 468 322	6 198 145	7 360 313	7 391 930	7 420 064	7 519 060	7 744 289
Московская область	533 598 2 733	565 509	628 118	652 325	653 349	670 070	682 496
г. Москва	402	2 988 958	3 838 130	3 811 377	3 826 687	3 887 470	4 027 224

Для отрасли связи некорректно применять классические модели конкуренции. Представление олигополии в сфере розничной торговли товарами кардинально отличается от олигополии в телекоммуникационной отрасли.

В поисках конкурентных преимуществ можно предположить, что самым простым способом привлечения новых абонентов явилось бы снижение стоимости тарифных планов, однако со снижением цен на связь обычно уменьшается и доход с одного абонента. В начале развития рынка сотовой связи данный показатель составлял 70-80 долларов, услуги связи были практически недоступными населению из-за такой стоимости. Поэтому за последующие 7 лет этот показатель снизился почти в 7 раз. Пути увеличения дохода могут достигаться за счёт увеличения роста абонентской базы или заработка – доходы за счёт дополнительных услуг, ассортимент которых сейчас очень широк у каждого оператора связи. [5]

В теоретическом плане отрасль телекоммуникаций лучше всего описывается сетевой олигополией. Рассмотрим ключевые моменты данной модели, ориентируясь на специфичность рынка. Услуги операторов характеризуются через набор их свойств, таких как: качество, время потребления, наличие у потребителей информации о покупаемой услуге и её свойствах, дополнительные услуги, предоставляемые во время и после продажи услуги и т.д. Каждый из этих компонентов может выступать в качестве фактора продуктовой дифференциации, что означает выделение продукта (в данном случае услуги) какой-либо фирмы в глазах потребителей из остальных услуг данного сегмента.

Дифференциация продукта ведёт к двум важным последствиям для фирмы-оператора. Во-первых, она существенно повышает рейтинг фирмы на рынке, так как довольно большая часть покупателей является приверженцем услуг определённого оператора. В таком случае компания может поднять цену на свой уникальный товар выше уровня цен конкурентов, при этом сохранив покупательскую лояльность. Во-вторых, продуктовая дифференциация отчасти выгодна и покупателям. Новая товарная марка на рынке даёт покупателям ещё большее продуктивное разнообразие, которое способно в лучшей степени удовлетворить их предпочтения. Таким образом, продуктовая дифференциация расширяет возможности потребительского выбора.

Продуктивное разнообразие в телекоммуникационной отрасли складывается из различных платных услуг связи, предоставляемых операторами (голосовой звонок, автоответчик, роуминг, АОН (Автоматический определитель номера), приём и передача коротких текстовых сообщений (SMS), приём и передача мультимедийных сообщений - изображений, мелодий, видео (MMS-сервис), мобильный банк, доступ в Интернет, видеозвонок и видеоконференция и т. д.) Продуктивное разнообразие, возникающее на телекоммуникационных рынках, можно отнести к вертикальной продуктовой дифференциации. Объяснить это можно тем, что уровень всех характеристик телекоммуникационного продукта варьируется одновременно для всех потребителей, а услуги ранжируются в соответствии с определённым порядком, одинаковым для всех потребителей.

Продуктовая дифференциация в телекоммуникационной отрасли представляет собой предложение услуг с лучшими характеристиками, чем у конкурентов. Основу продуктовой дифференциации составляет

ассортимент услуг предприятия, под которым понимается группа аналогичных или тесно связанных между собой услуг.

Так, если рассмотреть ситуацию на российском рынке телекоммуникаций сегодня, можно обратиться к результатам исследований Роскомнадзора, проведённым в 2016 году. Среди четырёх основных операторов связи ПАО «МТС» занял лидирующую позицию, опередив своих конкурентов в качественных показателях услуг.

Оценки Роскомнадзора

	Успешность вызова	Звонки без обрыва	Разборчивость речи	Интернет без обрывов
МТС	5 баллов	5 баллов	5 баллов	4 балла
Мегафон	3 балла	3 балла	2 балла	5 баллов
Билайн	1 балл	2 балла	3 балла	3 балла
Tele2	4 балла	4 балла	5 баллов	4 балла

Рис. 1 Оценка Роскомнадзора операторов Телекоммуникационной отрасли

Вертикальная дифференциация базируется на распределении товаров в соответствии с их качеством: товары высокого качества оцениваются потребителями выше по шкале оценок их полезностей, и товары низкого качества – ниже. То есть потребители услуг делятся на готовых и неготовых платить за улучшение качества товара.

Так, предположим, что на рынке действуют 2 конкурирующие фирмы, которые способны выбирать качество производимого продукта от уровня a – низкое качество товара, до уровня b – высокое качество товара: $a < b$. Это действие условно можно разделить на 2 стадии: на первой стадии фирмы выбирают качество товара, на второй стадии между ними разворачивается ценовая конкуренция.

Пусть каждая фирма предлагает товарный набор $(U; p)$. При этом фирма 1 предлагает товар более высокого качества, чем товар фирмы 2, так что $U_1 > U_2$.

Пусть переменная t характеризует предпочтения потребителей, которые распределены равномерно вдоль оси качества, а также их готовность платить за дополнительную единицу качества, так что $a < t < b$. Выразим потребительский излишек на рынке в следующем виде: $CS = tU - p$.

Необходимо определить характеристику предельного потребителя – такого потребителя, которому безразличны покупки товаров с чуть более высоким и чуть более низким качеством. Для этого покупателя потребительский излишек от покупки чуть менее качественного товара по более низкой цене: $t^*U_1 - p_1 = t^*U_2 - p_2$.

Отсюда получим характеристику предпочтений предельного потребителя: $t^* = (p_1 - p_2) / (U_1 - U_2) > 0$.

Рынок разделяем между двумя фирмами следующим образом:

$[t^*, b]$ – доля потребителей, покупающих товар у фирмы 1;

$[a, t^*]$ – доля потребителей, покупающих товар у фирмы 2.

Далее перед фирмой становится выбор во второй стадии – выбор ценовой политики. Каждая из фирм стремится к максимизации собственной прибыли и минимизации убытков. Рассмотрим решения, которые может принять фирма:

$$\pi_1 = p_1(b - t^*) = p_1 \left(b - \frac{p_1 - p_2}{U_1 - U_2} \right)$$

$$\pi_2 = p_2(t^* - a) = p_2 \left(\frac{p_1 - p_2}{U_1 - U_2} - a \right)$$

Равновесие достигается на стадии 2, исходя из условий первого порядка:

$$\frac{\partial \pi_1}{\partial p_1} = 0,$$

$$\frac{\partial \pi_2}{\partial p_2} = 0.$$

Фирмы назначают следующие равновесные цены:

$$p_1^* = \frac{2b-a}{3}(U_1 - U_2),$$

$$p_2^* = \frac{b-2a}{3}(U_1 - U_2).$$

Характеристика предельного потребителя такова:

$$T^* = (b+a)/3$$

Фирмы получают следующие величины прибылей:

$$\pi_1^* = \frac{(2b-a)^2}{9} \Delta U,$$

$$\pi_2^* = \frac{(b-2a)^2}{9} \Delta U.$$

Оптимальные прибыли фирм возрастают, когда качество товара фирмы 1 улучшается, а качество товара фирмы 2 ослабляется.

Таким образом, можно сделать вывод: прибыли обеих конкурирующих фирм зависят от высоты качества более качественного товара и снижения качества товара с более низким качеством. При таком сочетании прибыль будет расти у обоих конкурентов. Это и является для фирм стимулом стремления к максимальной продуктовой дифференциации: одна фирма выбирает товар с наивысшим качеством для данного рынка, вторая фирма – с самым низким качеством. Если же фирмы продают товары примерно одинакового качества, ценовая конкуренция оказывается чрезвычайно острой, что снижает прибыли фирм. [6] В таком случае, компаниям необходимо обращаться к другим маркетинговым инструментам, которые позволят повысить покупательскую лояльность и занять лидирующую позицию на рынке.

Список использованных источников

1. Быкова А., Корзоватых Ж. Система нормативно-правового регулирования бухгалтерского учёта Российской Федерации/ Вестник Университета (Государственный университет управления). 2016. № 7-8. С. 157-161.
2. Захаров И.А., Корзоватых Ж.М. Особенности учёта издержек обращения в интернет-торговле/ Вестник Университета (Государственный университет управления). 2016. № 5. С. 133-137.
3. Орипов Абдугани Абдухамидович Конкурентная среда и факторы обострения конкурентной борьбы на рынке сотовой связи //Вестник Таджикского государственного университета права, бизнеса и политики. Серия гуманитарных наук - № 4 (56) / 2013
4. Проскура Наталья Викторовна, Ефременко Денис Викторович Перспективы развития телекоммуникационного сектора в России / Управление экономическими системами: электронный научный журнал, Выпуск № 12 (60) / 2013
5. Проскура Д.В., Проскура Н.В., Мурашова Н.А., Зайцев А. Н. Становление информационного общества в условиях инновационного развития телекоммуникационных услуг / НГТУ – Н. Новгород, 2013 – 145 с
6. Розанова Н.М., Буличенко Д.А. Конкуренция в телекоммуникационной отрасли: сетевой рынок в условиях продуктовой дифференциации// Terra Economicus № 1/том 9/2011, с.17-32
7. Россия в цифрах 2016, с. 321 [электронный ресурс]: http://www.gks.ru/free_doc/doc_2016/rusfig/rus16.pdf
8. Технологическое развитие отраслей экономики [электронный ресурс]: http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/economydevelopment/#
9. Точки роста операторов мобильной связи в условиях инноваций//Лукин И. И. Т-Comm - Телекоммуникации и Транспорт scholar, Выпуск № 12 / 2011, с.65-67
10. Федеральная служба государственной статистики - Розничная торговля, услуги населению, туризм [электронный ресурс]: http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/enterprise/retail/#

УЧАСТИЕ ПРЕДПРИЯТИЙ МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА В ОБЛАСТИ ВЫСОКОТЕХНОЛОГИЧНОГО ПРОИЗВОДСТВА

Ганин А.Н.

ФГАОУВО «Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет
им. Н.И. Лобачевского», г. Нижний Новгород

Согласно Стратегии развития малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации на период до 2030 года, среди малых и средних субъектов предпринимательства выделяется целевая группа быстрорастущих экспортноориентированных «высокотехнологичных» малых и средних предприятий в сферах обрабатывающего производства и предоставления услуг. В отличие от массового сегмента предприятий, ориентированных на обеспечение занятости населения и повышение общего уровня социально-экономической среды, они обеспечивают внедрение инновационных (прежде всего, технологических) решений в рамках исполнения задач по диверсификации экономики и повышению ее конкурентоспособности, рост производительности производства [2].

С одной стороны, для отечественных высокотехнологичных малых и средних предприятий (далее – МСП) на сегодняшний день все еще актуально говорить о трансформационных процессах в рамках перехода на рыночную экономику, с другой стороны, государство уделяет особое внимание данному сегменту бизнеса, к которому, в том числе, относятся промышленные предприятия, работающие в сфере «усложненных» сегментов высокотехнологичных производств, требующих высококвалифицированных интеллектуальных кадров и технологических компетенций (в том числе, сфера Интернета вещей). Учитывая ориентацию высокотехнологичных МСП на стимулирование импортозамещения и несырьевого экспорта, в перспективе закладывается рост доли данных субъектов бизнеса, прежде всего, за счет увеличения доли услуг в отраслевой структуре сектора отечественных МСП до 40% к 2030 году и сокращения доли торговли (рисунок 1) [3].

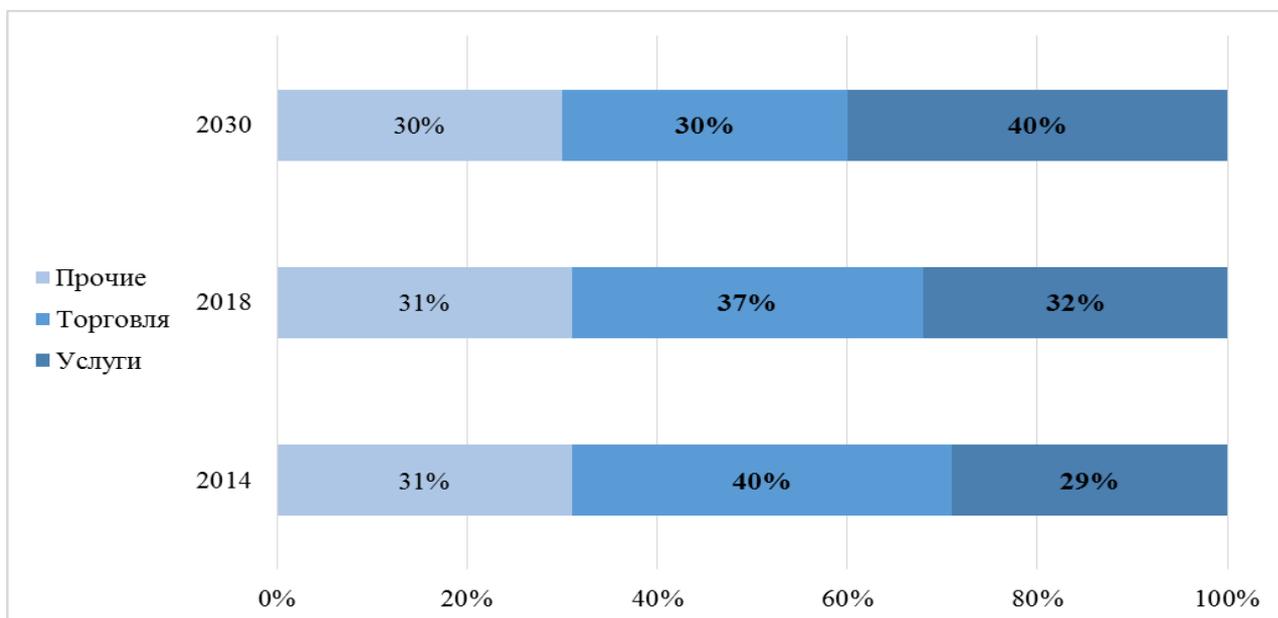


Рис.1. Отраслевая доля малого и среднего предпринимательства (по выручке) в России на прогнозный период до 2030 г.

Зарубежный опыт поддержки и стимулирования высокотехнологичных МСП промышленно развитых стран основывается на увеличении роли кластеров в стимулировании инновационной деятельности малого и среднего предпринимательства. Такая форма участия малого и среднего бизнеса в развитии высокотехнологичного сегмента обуславливает их взаимодействие и выстраивание производственно-технологических, научно-технических и коммерческих связей, в том числе, это актуально

для предприятий смежных областей. Выступая своеобразными точками экономического роста, кластеры становятся объектами крупного инвестирования, в том числе, для государственных структур. В данном случае субъект МСП получает возможность инновационного развития и доступа к инфраструктуре экосистемы кластера, что позволяет ему не только повышать уровень использования знаний или формирования новых сетей сотрудничества в рамках кластеров, но также увеличить конкурентоспособность и получить возможность освоения новых рыночных ниш.

Для российского механизма государственной поддержки высокотехнологичных МСП актуальна схема «инвестиционного лифта» в рамках сотрудничества корпорации по развитию малого и среднего предпринимательства с Российским экспортным центром (РЭЦ), Фондом развития промышленности (ФРП) и Российским фондом прямых инвестиций (РФПИ) [1]. Высокотехнологичным субъектам МСП предлагается:

- финансовая поддержка: кредитно-гарантийная и страховая поддержка, финансирование экспортных операций со стороны РЭЦ, участие РФПИ в акционерном капитале субъектов, в частности, посредством предоставления мезонинного финансирования;
- нефинансовая поддержка, которая заключается в участии РФПИ в формировании стратегии, расширении базы контрагентов и возможностей выхода на международные рынки через взаимодействие с портфельными компаниями РФПИ, а также анализ внешних рынков, международное патентование и сертификация отечественной продукции за рубежом, логистическое и таможенное сопровождение экспорта со стороны РЭЦ, правовая и консультационная поддержка.

Несмотря на широкий инструментарий поддержки высокотехнологичных МСП, можно отметить несколько спорный характер его эффективности – так, например, специалисты отмечают недостаточную пространственную проработку стратегической декларации исходя из высокой межрегиональной дифференциации в данной сфере, предполагающей исключительно глубокий анализ специфических характеристик региональных МСП с одной стороны, и необходимость структурного объединения высокотехнологичных МСП – с другой [4, С.76]. Тем не менее, зарубежная практика свидетельствует о том, что создание крупных корпораций, лидеров в тех или иных отраслях в мировом масштабе крайне редко происходит без привлечения государственной поддержки, и в настоящее время наблюдается повышение внимания к теме активного стимулирования ускоренного развития быстрорастущих технологических и инновационно ориентированных субъектов среднего бизнеса. Поэтому в рамках идентификации наиболее эффективных субъектов рынка высоких технологий с 2016 года реализована государственная программа отбора частных высокотехнологичных компаний (в том числе, попадающих под критерии малого и среднего бизнеса) лидирующих по своим темпам развития, с последующим выстраиванием на их основе транснациональных компаний российского базирования.

Тем временем, высокотехнологичный мир переживает кросс-рыночный и кросс-отраслевой трансфер технологий, в связи с чем отечественные разработчики предлагают цифровые фабрики, позволяющие вовлекать в цепочку поставщиков высокотехнологичные МСП, встраивая их в международные технологические процессы [5]. Соответственно, можно предположить, что целесообразно осуществлять пересмотр стратегических программ и документов (к примеру, раз в 3-4 года) для актуализации целей, задач и предлагаемого инструментария для регулирования и поддержки участия МСП в области высоких технологий в соответствии с текущими и перспективными тенденциями технологического и цифрового пространства.

Список литературы

1. Ст.4 Федерального закона от 24.07.2007 № 209-ФЗ (ред. от 03.07.2016) «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.08.2016) // Справочно-правовая система «Консультант-плюс».
2. Распоряжение Правительства РФ от 02.06.2016 № 1083-р «Об утверждении Стратегии развития малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации на период до 2030 года» (вместе с «Планом мероприятий ("дорожной картой") по реализации Стратегии развития малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации на период до 2030 года») // Справочно-правовая система «Консультант-плюс».
3. Министерство экономического развития Российской Федерации «О целях и задачах Стратегии

развития малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации», Москва, 10 июля 2015.

URL:

<http://smb.gov.ru/files/images/%D0%9F%D1%80%D0%B5%D0%B7%D0%B5%D0%BD%D1%82%D0%B0%D1%86%D0%B8%D1%8F.pdf> (Дата доступа: 03.11.2016).

4. Бухвальд Е.М. Стратегия развития малого и среднего предпринимательства в России до 2030 года: амбиции и реалии // Экономические и социальные перемены: факты, тенденции, прогноз, №1 (43), 2016. С. 66-80.

5. Горбатова А. Виртуальная фабрика позволит привлекать в цепочку поставщиков высокотехнологичный малый и средний бизнес // Электронное издание «Наука и технологии России». URL: http://www.strf.ru/material.aspx?CatalogId=223&d_no=118983#.WCB7nPmLTIW (Дата доступа: 07.11.2016).

АНТРОПОГЕННАЯ НАГРУЗКА НА СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННЫЕ РАЙОНЫ РОСТОВСКОЙ ОБЛАСТИ

Губачев В.А., Нуров Н. З.

Новочеркасский инженерно-мелиоративный институт им. А.К. Кортюнова Донского государственного аграрного университета, г. Новочеркасск

Воздействие хозяйственной деятельности на природную среду и его негативные последствия остро поставили вопрос о регулировании качества той среды, в которой живет и разносторонне проявляет себя человек. Качество поддерживается, прежде всего, самой природой путём саморегуляции, самоочищения от вредных веществ и других антропогенных воздействий.

Проведение исследований по изучению антропогенного воздействия на сельскохозяйственные районы Ростовской области предусматривало решение нескольких основных задач: выявление источников антропогенного воздействия, определение степени и уровня их влияния на природную среду региона. Для решения этих задач были выбраны методы обобщения большого массива статистических данных, характеризующих различные стороны хозяйственной деятельности человека с позиций воздействия на компоненты природной среды [1].

Выделим основные факторы антропогенного воздействия.

Большая численность населения, в том числе городского, в урбанизированных подрайонах, вблизи промышленных узлов явилась одним из важнейших факторов, определивших здесь специализацию на сельском хозяйстве пригородного типа: выращивании овощей, зерновых и зернобобовых культур.

Промышленность остается главным фактором негативного воздействия на природную среду. Последствия такого воздействия многообразны: изменение форм рельефа в результате горных разработок, изъятие естественных участков под промышленные объекты, загрязнение атмосферы, водных объектов, почвенного покрова и т.д.

Природные условия Ростовской области довольно разнообразны. Хозяйственная деятельность человека внесла существенные коррективы в структуру природных ландшафтов данного экологического региона. Значительно сократились площади лесов и естественных лугов, особенно на плодородных черноземах.

В структуре антропогенного воздействия на окружающую среду наибольшую роль стали играть демографическая (плотность населения), промышленная, сельскохозяйственная и транспортная нагрузки. Все они характерны для Ростовской области и примерно равноценны по своему влиянию на экологическое состояние территории.

Для определения сельскохозяйственной нагрузки на окружающую среду за основу взяты три наиболее характерных показателя: площадь сельскохозяйственных угодий от площади района, площадь пашни от площади района, площадь деградированных земель от площади района.

Ростовская область – один из крупнейших сельскохозяйственных регионов Российской Федерации. Сельскохозяйственные угодья занимают 8,2 млн га, пашня – 5,8 млн га, в том числе орошаемая 228 тыс. га. Доля Ростовской области в общей площади сельхозугодий России составляет 3,9 %. По площади сельхозугодий и площади посевов зерновых культур область занимает 2-е место в Российской Федерации, по плодородию пашни – 10 место среди других субъектов Российской Федерации. Почвенно-климатические

условия области, несмотря на периодически повторяющиеся засухи, благоприятны для производства сельскохозяйственной продукции [2].

Территория области характеризуется повышенной степенью распаханности, в среднем пашня занимает 60,2 % площади. На естественные сельскохозяйственные угодья приходится 29,9 %.

Отметим также, что степень воздействия промышленности на окружающую среду зависит не только от масштабов промышленного производства, мощности отдельных предприятий и территориальной их концентрации, но и от вредности некоторых видов производств.

В качестве основного критерия районирования промышленной нагрузки нами принят выброс вредных веществ в атмосферу. Абсолютные значения его определены количеством выбросов в расчете кг/км² прилегающей территории (по районам).

Первым этапом исследования воздействия хозяйственной деятельности явилась инвентаризация источников и факторов антропогенной нагрузки. Второй этап – определение ведущих факторов воздействия и их количественных характеристик. Для этого использовали две группы показателей. Первая группа показателей характеризует источники, наличие которых предполагает потенциальную возможность отрицательного воздействия на природную среду, т.е. потенциальную нагрузку. В эту группу входят уровень промышленного развития (промышленный потенциал территории) и степень его использования, плотность населения, плотность автодорожной сети.

Уровень промышленного развития выражался через показатель плотности населения. Он использовался также для определения демографической нагрузки. Это объясняется тем, что показатель плотности населения пространственно отображает связи населения с территорией в процессе хозяйственной деятельности.

При рассмотрении транспортной нагрузки, учитывалась протяженность автомобильных дорог с твердым покрытием федерального, регионального, местного значения, а также ведомственные и частные дороги по крупным и средним предприятиям.

Вторая группа показателей включает факторы, вызывающие непосредственное загрязнение и нарушение природной среды, или фактическую нагрузку. К этой группе относятся выбросы вредных веществ в атмосферу от различных источников (промышленность, строительство, транспорт), площадь сельскохозяйственных угодий, в том числе распаханность территории.

Интенсивность антропогенной нагрузки на природу Ростовской области территориально по уровню хозяйственного воздействия разбилась на три зоны: импактная (повышенная), переходная (умеренная) и фоновая (пониженная) (рис. 1).



Рисунок 1 - Интегральная антропогенная нагрузка на территории сельскохозяйственных районов Ростовской области: 1-43 – административные районы (нумерация районов по алфавиту), штриховка – интенсивность антропогенной нагрузки

Импактная зона занимает 5,6 % площади региона. Она включает Аксайский, Кагальницкий, Красносулинский, Мясниковский районы с крупными промышленными центрами. Высокий уровень интенсивности антропогенной нагрузки в этой зоне обусловлен значительной мощностью практически всех источников и факторов воздействия. В ней сконцентрирована большая часть сельскохозяйственной нагрузки. По сравнению с ней промышленная и транспортная нагрузки распределены равномерно, а демографическая очень мала, что свидетельствует о незначительной хозяйственной освоенности территории региона.

Переходная зона охватывает районы с менее населенными пунктами, но достаточно интенсивным сельским хозяйством (распаханность территорий).

Наибольшая часть региона (71,2 % от общей площади) испытывает умеренную антропогенную нагрузку и является переходной. Интенсивность воздействия проявляется здесь на обширных территориях, но при сравнительно небольшом качественном воздействии.

Достигнутые масштабы антропогенной нагрузки исследуемого экологического региона, особенно в пределах импактной зоны, требует решения ряда технических, экономических и организационных задач в области охраны природного комплекса, предотвращения его загрязнения, выхода в дальнейшем на устойчивое развитие, в том числе и сельского хозяйства. Решение этих задач особенно важно в связи с дальнейшим ростом производительных сил региона, в существенной мере связанных как с уровнем передела сырья, так и производством сельскохозяйственного сырья.

Список литературы

1. Антропогенная нагрузка [Электронный ресурс] URL: <http://www.ektor.ru/pages/mon1.asp?idr=2> (дата обращения 11.12.2016).
2. Ростовская область в цифрах 2015 [Электронный ресурс] URL: http://rostov.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_ts/rostov/resources/f53313804f2ab78d988edf62f1bb3970/Binder1.pdf (дата обращения 09.12.2016).
3. Экологический вестник Дона «О состоянии окружающей среды и природных ресурсов Ростовской области в 2015 году» [Электронный ресурс] URL: http://минприродыро.рф/upload/iblock/5fa/vestnik-ekologicheskij-2016_5_interaktivnyy2.pdf (дата обращения 02.12.2016).

СТРАТЕГИЯ РЕГИОНАЛЬНОГО РАЗВИТИЯ КЫРГЫЗСТАНА: РЕАЛИИ, РИСКИ И НОВЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ

Джаилов Д.С., Джаилова А.Д.

(Джаилов Д.С. - доктор экономических наук, профессор,
Кыргызско-Турецкий университет «Манас»; Джаилова А.Д. - аспирант Кыргызского
экономического университета им. М. Рыскулбекова)

STRATEGY FOR REGIONAL DEVELOPMENT OF KYRGYZSTAN: REALITIES, RISKS AND NEW OPPORTUNITIES

Dzhailov Cumabek, Dzhailova Asel

(Dzhailov Cumabek - prof.dr., kirgizistan-türkiye “manas” üniversitesi, Kirgizistan;
Dzhailova Asel - postgraduate Kyrgyz economic University named after M. Ryskulbekov)

Аннотация: Проведен анализ внешнеэкономических связей Кыргызстана и Китайской Народной Республики. Определены темпы и объемы роста внешнеторгового оборота и привлечения инвестиций в экономику Кыргызстана из КНР. Выявлены положительные аспекты и угрозы развития внешнеэкономических связей. Обоснованы перспективные направления интеграции и механизмы экономического сотрудничества.

Abstract: The analysis of foreign economic relations of Kyrgyzstan and China. Determined the rates and volumes of foreign trade growth and investment in the Kyrgyz economy of China. The positive aspects and the threat of foreign economic relations. Grounded perspective directions of economic cooperation and integration mechanisms.

Ключевые слова: внешняя торговля, экспорт, импорт, инвестиции, кредиты, экономическое развитие.

Key words: foreign trade, exports, imports, investment, credit, and economic development.

Кыргызстан, не имея прямого выхода на морские пути, с неразвитостью железнодорожных путей сообщения, связывающих ее с внешним миром, однако удобно расположен на историческом пути Шелкового пути, модернизация которого в современных условиях провозглашена в КНР как стратегическая задача мирового развития XXI века. Не случайно Кыргызстан одним из первых стран на постсоветском пространстве поддержал идею Экономического Пояса Шелкового Пути (ЭПШП) КНР.

Кыргызстан, в рамках ЕАЭС, членом которого она является с 2015 года, обладает сравнительно невысоким экономическим потенциалом. Но в отличие от других ее членов имеет с КНР наиболее тесные торгово-экономические, инвестиционные и гуманитарные интеграционные связи. Данное обстоятельство многократно усиливает значение участия Кыргызстана в стратегии ЭПШП.

Как известно в рамках Стратегии ЭПШП КНР в перспективе планируется создание семи «поясов»: транспортно-логистического; энергетического; торгового; информационного; научно-технического; аграрного и туристического. В контексте перспективного участия Кыргызстана в стратегии ЭПШП надо подчеркнуть, что по всем указанным 7 поясам экономическое сотрудничество Кыргызстана и КНР активно развивается и углубляется.

КНР, начиная с момента провозглашения Кыргызской Республикой суверенитета проводит взвешенную и твердую политику по развитию и совершенствованию взаимовыгодных двусторонних экономических связей с Кыргызстаном. Экономическое сотрудничество с каждым годом становится многовекторным и масштабным.

Как известно среди стран ЕАЭС Кыргызстан практически первым стал членом ВТО, что позволило ускоренным путем налаживать и развивать торговые связи с КНР и способствовало превращению нашей республики в буферную зону, своеобразного торгового моста связывающего остальные страны СНГ с КНР.

Только за последние десять лет взаимный товарооборот Кыргызстана и КНР вырос с 128,0 млн. долл. США в 2005 г. до 1065,0 млрд. долл. США в 2015г, т.е., почти в 8,3 раза. Причем темпы роста внешнеторгового оборота Кыргызской Республики и КНР были значительно выше (более чем в 2,0-2,5 раза), чем в целом темпы роста общего внешнеторгового оборота Кыргызской Республики. В результате такого опережающего роста торгового сотрудничества удельный вес внешнеторгового оборота Кыргызской Республики и КНР в общем внешнеторговом обороте Кыргызской Республики последовательно увеличивался с 7,2 % в 2005 г., до 13,9 % в 2010г. и до 18,5 % в 2015 г. И в настоящее время КНР является одним из основных торговых партнеров Кыргызской Республики, занимая второе место по объему внешней торговли после Российской Федерации (24,5 %) (табл. 1.).

Таблица 1.-Развитие внешней торговли Кыргызской Республики, млн долл. США

Показатели	2005г	2010г.	2011г.	2012г.	2013г.	2014г	2015г.
Внешнеторговый оборот-всего	1773,0	4978,7	6503,4	7503,9	7993,8	7618,4	5745,0
в т.ч с КНР	128.0	694,5	965,5	1276.2	1471,0	1232,0	1065,0
Коэффициент увеличения внешнеторгового оборота по сравнению с 2005г	-	2, 8	3, 6	4, 2	4, 5	4,2	3,2
в т.ч., с КНР	-	5, 4	7,5	9,9	11,4	9,6	8,3
удельный вес КНР в общем товарообороте КР, в %	7,2	13,9	14,8	17,0	18,4	16,1	18,5

Традиционно Кыргызская Республика экспортирует в КНР сельскохозяйственное сырье (шкурки КРС, кожу, шерсть), нефть и нефтепродукты, руды и концентраты благородных металлов, автомобили. В импорте в основном преобладают товары народного потребления, строительные материалы, оборудования.

Тем не менее отмечая положительный тренд в развитии внешней торговли Кыргызской Республики с КНР, нельзя не отметить значительного преобладания во внешнеторговом обороте импорта с КНР над экспортом из Кыргызстана в КНР, что создает определенные угрозы для усугубления отрицательного сальдо внешней торговли Кыргызстана с КНР и развития традиционных отраслей экономики Кыргызстана.

При сопряжении экономик Кыргызстана в рамках реализации ЭПШП необходимо иметь также ввиду реализацию мер по сбалансированности внешнеторгового оборота и значительному росту экспортного потенциала Кыргызстана в КНР. В этом отношении в последнее время определенную заинтересованность предлагает и правительство КНР. Особенно КНР заинтересована в значительном увеличении из Кыргызстана экспорта экологически чистой сельскохозяйственной продукции (фруктов, продукции животноводства и др.) и предпринимает меры по обеспечению Кыргызстана необходимыми лабораторными установками для обеспечения приемлемых фитосанитарных стандартов.

Начиная с 2010 г. КНР постепенно становится наиболее крупным вкладчиком инвестиций в различные отрасли и развития инфраструктуры Кыргызстана (табл.2.)

Таблица 2.- Поступление иностранных инвестиций в Кыргызстан, в том числе из КНР, млн .долл.

США

Показатели	2010г.	2011г.	2012г.	2013г.	2014г.	2015г.
Инвестиций, всего	3572,4	4948,0	4335,8	5487,3	5415,7	5615,4
в т.ч, прямые инвестиции	666,0	849,2	590,7	964,5	727,1	1573,3
другие инвестиции (кредиты)	2688,2	4001,1	3665,5	4474,9	4612,2	3557,9
Инвестиции из КНР, всего	231,0	356,2	662,3	883,0	853,9	1258,0
в т.ч., прямые инвестиции	70,8	149,6	141,2	468,3	221,7	474,4
другие инвестиции (кредиты)	155,1	206,3	520,2	409,7	622,0	784,0
Удельный вес КНР, в %; в общем объеме инвестиций в КР	6,4	7,2	15,2	16,1	15,7	22,4
в прямых инвестициях	10,5	17,6	23,9	48,5	30,3	30,1
в других инвестициях (кредитах)	5,7	5,1	14,1	9,1	13,4	22,0

Общий объем инвестиций из КНР в Кыргызстан увеличился в 5,5 раза из 231 млн.долл.США в 2010г. до 1258,0 млн.долл.США к 2015 году. В 2015г. из общего объема китайских инвестиций в экономику Кыргызстана около 38,0% составили прямые инвестиции (\$474,4 млн). В течение анализируемого периода в объеме поступивших иностранных инвестиций последовательно растет объем так называемых других

инвестиции(в основном предоставляемых кредитов) , удельный вес которого в 2015 г. составил более 62,0%(\$784,0 млн.).

КНР последовательно укрепляет свои позиции на инвестиционном пространстве Кыргызстана, вкладывая свои инвестиционные ресурсы в перспективные отрасли национальной экономики Кыргызстана (обрабатывающую промышленность, операцию с недвижимостью, сферу торговли и в геологоразведку), а также в строительство крупнейших инфраструктурных проектов. В структуре обрабатывающей промышленности основной объем инвестиций направлялся в производство пищевых продуктов (включая напитки и табак), производство резиновых и пластмассовых изделий, металлургическое производство и производство нефтепродуктов. В результате удельный вес КНР в общем объеме привлекаемых в республику иностранных инвестиций вырос с 6,4 % в 2010г. до 22,4 % в 2015г.; соответственно доля прямых инвестиций выросла с 10,5 до 30,1 % и других инвестиций (кредитов) - с 5,7 до 22,0%. В настоящее время КНР по общему объему привлекаемых прямых инвестиций в Кыргызстан также занимает второе место, уступая только Российской Федерации.

Крупнейшими инвестиционными проектами, реализованных в Кыргызстане на кредитные средства КНР стали строительство линии электропередачи «Датка-Кемин» (389 млн.долл.США), нефтеперерабатывающего завода «Джунда»(300,0 млн.долл.США). В 2014г. начато строительство альтернативной автодорога «Север-Юг», который должен завершится в 2017г.(сумма китайского кредита 700,0 млн.долл.США) и проводится модернизация ТЭЦ г.Бишкека (объем кредитных ресурсов в сумме 386,0 млн.долл.США). Указанные кредитные ресурсы выделяются китайским Экспортно-импортным Банком сроком на 20 лет под 2% годовых со льготным периодом в 11 лет. Также планируется в этом году начало реализации на территории Кыргызстана транзитного газопровода в КНР из Туркменистана. По территории Кыргызстана протяженность газомагистрали составит 215 километров, стоимость строительства - 1,5 миллиарда долларов, которые также будут выделяться китайской стороной.

Таким образом, в Кыргызской Республике КНР реализует инвестиционные проекты на сумму более 4,2 млрд. долларов. Причем на 2,6 млрд. долларов реализуются инфраструктурные проекты Кыргызстана за счет связанных китайских кредитов, предусматривающих реализацию проектов китайскими компаниями. На инвестиции КНР в собственные проекты в обрабатывающей промышленности и других отраслях на территории Кыргызстана приходится более 1,5 млрд.долларов США.

В целом можно констатировать, что активная политика КНР способствует решению наиболее важных стратегических задач в социально-экономическом развитии Кыргызстана. Реализация крупных проектов в области энергетики, транспортной и энергетической инфраструктуры республики способствуют укреплению стабильности национальной экономики, обеспечению ее энергетической независимости, динамичному развития регионов, эффективному использованию производственно-экономического потенциала и создают предпосылки для существенного экономического рывка в ближайшей перспективе.

Реализация стратегии ЭПШП КНР позволит преодолеть транспортную изоляцию, обеспечить прямой доступ Кыргызстана на мировые и региональные рынки и значительно увеличить объемы торговли. Кыргызстан также имеет все предпосылки в условиях успешной реализации стратегии ЭПШП для превращения в крупную транзитную зону для передвижения товаров, энергоресурсов.

В качестве вызовов и рисков для национальной следует отметить рост внешнего долга Кыргызстана перед КНР. В настоящее время в республике в качестве основного кредитора вместо международных финансовых институтов выступает КНР и в 2015 г. доля КНР во внешнем государственном долге Кыргызстана – 35% (1,2 млрд. долл. из 3,7 млрд.долл. всего государственного внешнего долга) . В качестве механизма ограничения роста государственного внешнего долга республики перед КНР, в дальнейшем в общем объеме инвестиций из КНР следует упор делать на наращивание объемов прямых инвестиций, направленных на развитие отраслей реального сектора экономики.

Также в качестве растущей угрозы развитию национальной экономики Кыргызстана является крайняя асимметричность внешнеторгового оборота КР и КНР, выражающейся в значительном превышении импорта китайской продукции над экспортом кыргызских товаров(40:1), что усугубляет проблемы торгового дисбаланса страны.

Также в качестве рисков активной экспансии китайского капитала выступает низкая направленность китайских инвестиционных проектов на решение острых социальных проблем в Кыргызстане, в основном связанных с ростом безработицы и низким уровнем занятости коренного населения в индустриальных отраслях. В республике отмечается высокой уровень безработицы и внешней миграции населения страны в следствии значительного избытка предложения рабочей силы над спросом на

нее . В отличие от других иностранных инвесторов (Канады, России, Турции и др.), в отношении которых правительством страны в определенной степени регламентируется квотирование использования в основном местной рабочей силы, форма предоставления китайских связанных инвестиций и кредитов не предоставляет такой возможности.

В настоящее время в различных сегментах национальной экономики Кыргызстана отмечается также укрепление иностранного капитала, в частности , российского , турецкого, английского, канадского, на которые вместе с КНР приходится более 90,0% инвестиций в Кыргызстан. Заметно укрепляется позиция российского капитала в связи образованием кыргызско-российского инвестиционного фонда практически во всех ключевых отраслях национальной экономики. Практически не изменяется присутствие канадского капитала, инвестиции из Турции.

КНР последовательно увеличивает свою активность на устоявшихся отраслях национальной экономики. В то же время в таких перспективных отраслях, как сельскохозяйственное производство, переработка сельскохозяйственной продукции, энергетика, туризм, имеющим существенный потенциал для развития активность китайских инвесторов крайне низка. Также в рамках сопряжения Кыргызской Республики для реализации ЭПШП КНР наряду с развитием сотрудничества в указанных выше отраслях следует активно развивать сотрудничество в сфере создания китайских промышленных предприятий для производства экспорт ориентированной на рынки ЕАЭС продукции, создавать крупные региональные логистические центры, технопарки и зоны свободной торговли.

Кыргызстан совместно с другими странами центральной Азии располагает уникальными возможностями для развития транспортно-логистических коридоров и хабов (в том числе железнодорожных), соединяющих потенциалы Европы и Азии. И в рамках ЭПШП целесообразно развивать тесную кооперацию КНР с центрально-азиатскими странами по реализации различных транзитно-транспортных проектов. В этой связи Кыргызстан возлагает надежды на реализацию строительства железной дороги из КНР в Узбекистан, часть которой пройдет через территорию Кыргызстана. Строительство данной железной дороги через территорию Кыргызской Республики приведет к революции в транспортной системе страны и позволит значительно снизить нагрузку на автомобильный транспорт, являющийся основным грузо -и пассажироперевозчиком. Для Кыргызстана реализация других транспортных масштабных проектов транспортно-логистического пояса ЭПШП потенциально означает создание благоприятных условий для ускоренного социально-экономического развития и интеграции их экономик в рамках реализации ЭПШП КНР.

Важным направлением взаимовыгодного экономического сотрудничества в рамках ЭПШП в ближайшей перспективе должна стать сотрудничество в сфере эффективного использования крупного водно-энергетического потенциала Кыргызстана. До последнего времени ситуация строительства ряда ГЭС на реке Нарын была необоснованно политизирована. Активное привлечение стран Центральной Азии к участию в реализации энергетических проектов ЭПШП КНР создает благоприятные предпосылки для эффективного сотрудничества Кыргызстана, Узбекистана, Казахстана в решении и этой злободневной проблемы. В рамках энергетического ЭПШП на условиях кооперации указанных стран можно сдвинуть дело строительства каскада ГЭС с мертвой точки, что позволит рационально использовать водно-энергетический потенциал для интересов всех центрально-азиатских стран, а также наращивать производство электроэнергии на экспорт.

Поистине широкие перспективы для сотрудничества стран Центральной Азии в рамках аграрного пояса ЭПШП КНР открываются для развития сельского хозяйства и в целом для модернизации аграрной экономики . Для Кыргызстана важно эффективно трансформировать сельское хозяйство, являющейся приоритетной отраслью национальной экономики, к потребностям ЭПШП и ЕАЭС. В первую очередь наиболее рационально использовать свои богатейшие естественные земельно-водные ресурсы, высокогорные альпийские и субальпийские пастбища и луга для интенсивного развития овцеводства, коневодства и других отраслей животноводства, которые с момента развала СССР, сильно деградированы. В сельском хозяйстве Кыргызстана, как ни в одной стране ЦА, заложен мощный потенциал для сохранения и развития зеленой экономики, производства экологически чистой продукции земледелия и животноводства, спрос на которую растет в регионе и в мире с опережающими темпами.

Весьма перспективны развитие туризма и туристической отрасли в Кыргызской Республике и эффективная трансформация ее в туристический пояс ЭПШП. В ЦА Кыргызстан обладает наиболее уникальным туристическим потенциалом, позволяющем ежегодно принимать до 2,5 млн. туристов (в 2015г. число туристов достигла 1.2 млн.чел). Участие Кыргызстана в развитии туристического пояса ЭПШП

должно стать надежным фундаментом для наращивания туристической индустрии на протяжении Великого Шелкового пути от КНР до Европы. Динамичное развитие туризма на возрождении Великого Шелкового пути также создает благоприятные условия для более тесной интеграции стран-участников ЭПШП для эффективного использования природно-рекреационных ресурсов, создания туристических кластеров мирового значения.

Важным фактором превращения Кыргызстана в крупный региональный туристический центр на Великом Шелковом Пути являются ставшее традиционными проведение под эгидой Кыргызстана Всемирных игр кочевников . В 2016 г. в г. Чолпон-Ата КР пошли Вторые Всемирные игры кочевников, в которых приняли участие более 2000 спортсменов, представляющих 60 государств мира , в том числе КНР, России, США, Турции, Индии, Ирана, Казахстана, Узбекистана и др. стран. Проведение Всемирных игр кочевников становится национальным брендом превращения Кыргызстана в крупный региональный центр эко-и этнотуризма и вкладом Кыргызстана в продолжении традиций и миссии Великого Шелкового пути.

Список использованных источников

1. Кыргызстан в цифрах в 2015г.: статсборник : <http://www.stat.kg>
2. Инвестиции в Кыргызской Республике: 2011-2015гг.: статсборник: <http://www.stat.kg>

ЛОКАЛЬНЫЙ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЙ РЫНОК: СУЩНОСТЬ, СТРУКТУРА И ПРОБЛЕМЫ ОПРЕДЕЛЕНИЯ

Ладейщикова А.А.

Оренбургский государственный университет, г. Оренбург

В период глобализации и активной интеграции на территории постсоветского пространства в совокупности с процессами региональной дифференциации выделяется множество видов локальных рынков разного уровня развития и характера обращающихся на них товаров, что делает проблему их изучения особенно актуальной. Одним из первых индикаторов многих трансформационных процессов, происходящих в стране и показывающих уровень развития предпринимательской активности общества и государства, стал потребительский рынок. Поэтому проблемы стабилизации и развития потребительского рынка России, а в особенности её субъектов в современных условиях приобретают особую значимость. Это обусловлено прежде всего местом и ролью потребительского локального рынка в его активном воздействии на состояние процессов производства, распределения и потребления товаров и услуг в регионах.

Раскрытие понятия «локальный рынок» стоит начинать с анализа его определений. В своей статье В.И. Беляев говорит о том, что рынки можно классифицировать не только по доминирующим понятиям, которые лежат в основе объяснения их содержания. Так, в одной из классификаций рынков в качестве признака использована территория. По этому признаку выделяют мировой рынок, международные рынки, национальные (рынки отдельных стран), региональные, местные, локальные рынки. Есть и другие классы рынков из этой классификации, например глобальный. [2] Для целей данного исследования нет необходимости анализировать каждый из этих классов. Достаточно сосредоточиться на таких понятиях, как «местный рынок», «региональный рынок» и «локальный рынок». Одним из определений рынка, в котором в качестве доминирующей основы использовано понятие территории, следует, пожалуй, назвать определение, сформулированное А. Маршаллом, основоположником современной экономической теории. Под рынком он предложил понимать район (а район – это и есть территория или местность), в котором продавцы и покупатели настолько хорошо осведомлены о делах друг друга и настолько осторожно действуют, что цены на конкретный товар в пределах этого района устанавливаются на определенном уровне.[12] На данном этапе важным будет разграничить понятия «местный», «региональный» и «локальный» рынок.

Термин «местный рынок» использовался в трудах немногих экономистов. Ж.-Б. Сэй рассматривал «отдельные рынки» как аналог местных. [1] Впервые термин «местный рынок» появляется в трудах ранее упомянутого А. Маршалла [12]. В.В. Черных в своей статье определяет местный рынок, как систему экономических отношений, находящаяся в пределах определенного места и характеризующаяся наличием определенных границ.[20] А.Г. Гранберг под региональным понимает рынок отдельного региона,

отличающийся как местоположением, так и видами представленных на нем товаров, ценами, конъюнктурой, спросом и предложением товаров [5]. В этом определении прослеживается, во-первых, признак территориальной ограниченности, т.е. некая привязка к конкретной местности, и, во-вторых, воспроизводственная составляющая, поскольку автор в качестве определяющих параметров таких рынков называет, в дополнение к территориальной ограниченности, и «представленные на них товары». Очевидно, что речь идет о товарах, которые и производятся, и продаются на данной конкретной территории.

Труднее обстоит дело с определением понятия «локальный рынок». В переводе с английского языка прилагательное «local», от которого происходит термин, имеет несколько значений: местный, частный, частичный, локализованный, встречающийся лишь в отдельных районах. Однако в научной литературе понятие «локальный рынок» чаще отождествляется с понятием «региональный». Внести ясность может в данном случае определение предложенное А.Н. Демьяненко, который определяет локальный рынок, прежде всего, как внутрирегиональный, на котором происходит интенсивное и непосредственное взаимодействие агентов рынка. [7] С.Н. Булыга под локальным рынком подразумевает всю территорию городской агломерации или ее часть, в пределах которой локализовано предоставление и потребление услуг инфраструктуры обслуживания населения. А поскольку пространственные факторы, в том числе местоположение, расстояние, доступность, оказывают значительное влияние на предоставление и потребление локальных услуг, локальные рынки рассматриваются, прежде всего, с позиции пространственной организации участников рыночного обмена. [4] Кондракович Д.Л. в своей работе на тему «Развитие локальных потребительских рынков на основе диагностики поведения населения» определяет локальный рынок, как динамичную систему причинно-следственных связей, обеспечивающую наибольшее соответствие производства (или ввоза из-за пределов региона) товаров и услуг потребностям и платежеспособному спросу населения, охватывающую всю совокупность экономических отношений производства, реализации и потребления материальных благ и услуг потребительской ориентации.[8]

Таким образом, понятие «локальный рынок» может быть рассмотрено, как связующее, так как «региональный рынок» - достаточно широкое понятие, а «местный рынок» не предполагает учета участников рыночных отношений. В результате понятие «местный» и «локальный» прочно взаимосвязаны, но утверждать, что они являются полноценными синонимами сложно. Стоит сказать, что в целом, анализ работ, посвященных вопросу формирования и функционированию локальных рынков, показал, что общего мнения по поводу определения данного понятия на сегодняшний день не сложилось, так же, как нет единогласия и в отношении разграничений между всеми рассмотренными понятиями. В отечественной и иностранной литературе все еще отождествляются понятия «местный» и «локальный» рынок, что, прежде всего, связано с дословным переводом и происхождением слова «локальный».

В итоге все вышеприведенные взгляды авторов несколько различаются, но сходятся к тому, что можно определить «локальный рынок», как внутрирегиональный рынок с единой ценовой зоной, доступный для ведения сбытовой деятельности, ограниченными географическими факторами, рыночным агентам, имеющим значительные монопольные преимущества в рамках указанной территории.

Далее для определения понятия «Локального потребительского рынка» необходимо определить, что подразумевается под потребительским рынком в целом.

В Современном социоэкономическом словаре потребительский рынок трактуется как рынок, на котором отдельные лица и домохозяйства приобретают товары и услуги для личного потребления. При этом потребительские товары и услуги определяются как товары и услуги, предназначенные для конечного потребления населением, для личного, домашнего, семейного пользования.[17] Однако, стоит отметить, что на сегодняшний день консенсус в определении рассматриваемого понятия не достигнут. В настоящий момент в отечественной и зарубежной литературе можно найти множество определений, отражающих различные стороны этой экономической категории, дополняя и уточняя друг друга. Ряд авторов рассматривают рынок, как сферу товарного обращения; другие предполагают совокупность деловых операций и условий, определяющих производство и сбыт потребительских товаров; третьи отождествляют со всей совокупностью товарно-денежных отношений, выражающих экономические связи между производством и потреблением; четвертые говорят о рынке, как о месте встречи интересов продавцов и покупателей, с помощью которых осуществляется обращение товаров (табл. 1.1).

Таблица 1.1 – Подходы к определению понятия «Потребительский рынок»

Автор	Определение	Источник
И.К. Беляевский	Потребительский рынок включает рынок продуктов питания, рынок непродовольственного назначения и рынок массового питания.	Беляевский И.К., Башина О.Э. Перспективы развития и совершенствования статистики торгового предприятия // Вопросы статистики. – 2002. № 12. – С. 20.
Ф. Котлер	Потребительский рынок – отдельные лица и домохозяйства, приобретающие товары и услуги для личного потребления, особое внимание при этом уделяется покупателю.	Котлер Ф. Основы маркетинга. Краткий курс. – М.: Вильямс, 2003. – 356 с.
М.А. Николаева	Потребительский рынок – совокупность хозяйствующих субъектов, изготовителей, исполнителей, производящих и/или реализующих потребительские товары, а также индивидуальных потребителей, приобретающих эти товары для личного использования.	Николаева М.А. Маркетинг товаров и услуг. – М.: Деловая литература, 2001. – 448 с.
А.С. Новоселов	Потребительский рынок включает в себя три укрупненных сегмента: рынки продовольственного и непродовольственного характера, рынок услуг, которые взаимодействуют между собой на основе взаимосвязанной системы сделок купли-продажи и обеспечивают потребности населения, способствуя эффективному функционированию экономики региона.	Новоселов А.С., Кулешов В.В. Региональный потребительский рынок. Проблемы теории и практики. – Новосибирск: Сибирское соглашение, 2002. – 364 с.
О.В. Тахумова	Потребительский рынок – система товарно-денежных и организационно-экономических отношений, которые формируются в процессе купли-продажи, для развития которых на данной территории имеются наиболее благоприятные природные и социально-экономические условия для ведения предпринимательской деятельности с целью удовлетворения конечных нужд и потребностей населения.	Тахумова О.В. Особенности формирования регионального потребительского рынка // Вестник Северо-Кавказского государственного технического университета. – 2006. – № 4(8).
Т.В. Ускова	Потребительский рынок - система товарно-денежных и организационно-экономических	Потребительский рынок города: состояние и перспективы: монография / кол. авт. под рук.

	<p>отношений, складывающихся между хозяйствующими субъектами, производящими и/или реализующими товары и услуги, и индивидуальными потребителями, приобретающими эти товары для личного использования</p>	<p>Т.В. Усковой. – Вологда: ИСЭРТ РАН, 2012. – 111 с.</p>
--	--	---

Анализ научной литературы показал, что более изученным и сформировавшимся по сравнению с понятием «локальный потребительский рынок» является содержание понятий «региональный рынок» и «региональный потребительский рынок». Таким образом исходя из всего изложенного можно сделать вывод, что локальный потребительский рынок – внутрорегиональная, ограниченная географическими факторами система товарно-денежных и организационно-экономических отношений, которые формируются в процессе массового взаимодействия обладающих рядом монопольных преимуществ хозяйствующих субъектов, изготовителей, исполнителей, производящих и/или реализующих потребительские товары, а также индивидуумов или домашних хозяйств, приобретающих товары или услуги для личного потребления.

В системе рынков по их функциональному назначению Р.И. Шнипер, А.С. Новоселов выделяют три укрупненные группы: а) рынки, обеспечивающие материально-бытовые условия жизни населения; б) рынки, формирующие торгово-экономические связи по воспроизводству орудий и предметов труда; в) рынки, выполняющие общевоспроизводственные функции, обеспечивающие первую и вторую группы рынков трудовыми, финансово-кредитными и информационными ресурсами [22].

Региональный потребительский рынок в предложенной классификации входит в состав первой укрупненной группы и представляет собой «территориальную организацию сферы обращения, обеспечивающую на основе развитых товарно-денежных отношений удовлетворение потребностей населения при минимальных издержках обращения» [15]. Локальный потребительский рынок является частью общего регионального рынка. Далее, в общем смысле, локальный рынок, как система отношений товарного обмена, представляет совокупность отдельных взаимосвязанных рынков, одним из которых является потребительский рынок. Заслуживает внимания определение, предложенное И.М. Шабуниной, О.Д. Ломовцевой и М.Ю. Трубиным: «... потребительский рынок региона – это основная составляющая структуры современной рыночной экономики, где часть ВВП, материализованная в виде произведенных бизнесом товаров и услуг, покупается или приобретается иным способом потребителями региона для личного потребления» [21].

Тогда, локальный потребительский рынок может быть представлен двумя крупными сегментами; рынком услуг и рынком товаров, который в свою очередь включает рынок продовольственных и непродовольственных товаров. Все сегменты локального потребительского рынка тесно увязаны между собой. На основе изложенного можно определить объекты локального потребительского рынка, которыми являются выносимые на рынок потребительские товары или услуги, предназначенные для продажи конечному потребителю.

Е.Б. Дворядкина в своей статье «Локальный потребительский рынок товаров и услуг: теоретические аспекты исследования» предлагает выделять субъекты локального потребительского рынка следующим образом: представители спроса (постоянное и приезжее население данной территории), представители предложения (товаропроизводители и производители услуг) - и субъекты его инфраструктуры (индивидуальные предприниматели и предприятия розничной и оптовой торговли). [6]

По мнению Т.В. Усковой все действующие на локальном потребительском рынке субъекты могут быть разделены на 2 большие группы:

- непосредственные участники рынка;
- участники, обеспечивающие функционирование рынка.

Таким образом к непосредственным участникам рынка можно отнести организации и предприятия формирующие рыночное предложение и физические лица, формирующие рыночный спрос. Ко второй группе данный автор предлагает отнести государственные органы власти, кредитно-финансовый сектор, поставщиков и производителей, осуществляющих свою деятельность на данном рынке. [19]

В работе, проведенной совместно, Е.Л. Кротова и Л.В. Петухова выделяют объект и субъекты потребительского рынка. Объект – выносимый на рынок продукт, предназначенный для индивидуального

потребления в виде потребительских товаров и платных услуг, которые являются основными структурообразующими элементами потребительского рынка. Структурообразующими элементами в части субъектных отношений со стороны спроса являются субъекты или носители спроса – потребители в лице всего населения региона, а также его отдельных демографических (молодежь, дети, пожилые люди) и экономических (низкодоходные и высокодоходные категории населения) групп; городское и сельское население. Субъектами потребительского рынка со стороны предложения выступают товаропроизводители и производители услуг в лице предприятий, организаций, учреждений и частных лиц; кроме того, субъекты инфраструктуры потребительского рынка (предприятия оптовой и розничной торговли, торгово-посреднические фирмы, биржи, торговые палаты, общетоварные склады, маркетинговые, рекламные и информационные службы и т.д.).[10,16]

Таким образом, на формирование структуры локального потребительского рынка главным образом влияние будут оказывать объекты и субъекты данного рынка.

Список литературы

1. Baumol W. Say's (atleast) eightlaws, orwhatSayandJamesMillmayreallyhavemeant// *Economica* (44). - 1977. - May. - P. 156.
2. Беляев В.И. Локальные рынки: их роль, место и значение в развитии воспроизводственных процессов в регионах//*Известия государственного алтайского университета*. – 2012. – № 2-1(74).
3. Беляевский И.К., Башина О.Э. Перспективы развития и совершенствования статистики торгового предприятия // *Вопросы статистики*. – 2002. № 12. – С. 20.
4. Булыга С.Н. Концептуальный анализ локального рыночного пространства [Электронный ресурс] – режим доступа http://www.vuzlib.com.ua/articles/book/33085-Konceptualnyjj_analiz_lokalno/1.html
5. Гранберг А.Г. Основы региональной экономики: учебное пособие. – М., 2004.
6. Дворядкина Елена Борисовна *Известия Уральского государственного экономического университета* № 6 (38) / 2011, ЛОКАЛЬНЫЙ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЙ РЫНОК ТОВАРОВ И УСЛУГ: ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ
7. Демьяненко А.Н. Территориальная организация хозяйства на Дальнем Востоке России. – Владивосток: Дальнаука, 2003. - 284 с.
8. Кондратович Дмитрий Леонидович. Развитие локальных потребительских рынков на основе диагностики поведения населения: диссертация... кандидата экономических наук: 08.00.05 Апатиты, 2007 177 с. РГБ ОД, 61:07-8/2596
9. Котлер Ф. Основы маркетинга. Краткий курс. – М.: Вильямс, 2003. – 356 с.
10. Кротова Е.Л., Петухова Л.В. Спрос на потребительском рынке региона: методологическая гипотеза исследования. Препринт. Екатеринбург, 1995
11. Кураков Л.П., Кураков В.Л., Кураков А.Л. Экономика и право: словарь-справочник. — М.: Вуз и школа. 2004.
12. Маршалл А. Основы экономической науки. – М., 2007.
13. [Novicova N.V.](#), [Conceptualandterminologicalframeworkofthelocalconsumermarketresearch](#), Муниципалитет: экономика и управление, #1(2) март month 2012 year
14. Новоселов А.С., Кулешов В.В. Региональный потребительский рынок. Проблемы теории и практики. – Новосибирск: Сибирское соглашение, 2002. – 364 с.
15. Новоселов А.С. Теория региональных рынков. Ростов-на-Дону: Феникс; Новосибирск: Сибирское соглашение, 2002.
16. Николаева М.А. Маркетинг товаров и услуг. – М.: Деловая литература, 2001. – 448 с
17. Райзберг, Б.А. Современный социоэкономический словарь. – М.: ИНФРА-М, 2009. – 358 с.
18. Тахумова О.В. Особенности формирования регионального потребительского рынка // *Вестник Северо-Кавказского государственного технического университета*. – 2006. – № 4(8).
19. Ускова Т.В. Потребительский рынок города: состояние и перспективы: монография / кол. авт. под рук. Т.В. Усковой. – Вологда: ИСЭРТ РАН, 2012. – 111 с.
20. Черных В.В. К вопросу об определении понятия «местный рынок» // *Российское предпринимательство*. — 2007. — № 11 Вып. 2 (102). — с. 154-158. — <http://old.creativeconomy.ru/articles/12301/>

21. Шнипер Р.И., Новоселов А.С. Региональные проблемы рынковедения: экономический аспект. Новосибирск, 1993.
22. Шабунина И.М., Ломовцева О.Д., Трубин М.Ю. Теория и практика региональной экономики. Волгоград, 1996.

КЛАССИФИКАЦИИ КОЛЛЕКТИВНЫХ СРЕДСТВ РАЗМЕЩЕНИЯ: ПОНЯТИЕ И ОПЫТ

Олейник Д.В.

Оренбургский государственный университет, г. Оренбург

Одним из основных направлений туристской деятельности является решение вопросов, связанных с обеспечением туристов средствами размещения. Сегодня мировая сеть отелей может удовлетворить любой вкус.

Средствами размещения туристов являются любые объекты, которые предоставляют туристам эпизодически или регулярно места для ночевки.

Коллективное средство размещения - это любой объект, который регулярно или иногда предоставляет туристам размещение для ночевки в комнате или каком-либо ином помещении; однако число номеров, которое в нем имеется, превышает минимум, определяемый каждой страной самостоятельно (например: в России - 10 номеров, в - Италии 7).

Единой классификации средств размещения, в том числе гостиниц, в мире не существует. Национальные системы классификации больше принимают во внимание определенные параметры и предпочтения внутренних туристов, а также региональные особенности.

Классификация гостиниц нужна для того, чтобы:

Во-первых, информировать потребителей (это некий индикатор, небольшой кусочек информации, который заранее готовит потребителя к тому, что его может ожидать по приезду и во время проживания в гостинице) [4];

Во-вторых, это некий стандартизированный список услуг, которым пользуются турагенты и туроператоры при подготовке своих предложений туристам или заключения договоров с гостиницами;

В-третьих, это инструмент маркетинга и продвижения самих гостиниц (на основе выбранной категории гостиницы могут продвигать специфические услуги и свои характеристики [3]; правительства стран, разрабатывающие системы классификации тем самым повышают качество услуг);

В-четвертых, классификация – инструмент оценки качества услуг [5];

В-пятых, в разных странах на основе классификации производятся некие экономические действия, к примеру, субсидирование или налоговые льготы.

Системы классификации на основе ISO (Международная организация по стандартизации) похожи на традиционные системы, поскольку классификация производится только по списку обязательных критериев, однако оценка производится независимыми международными экспертами.

Системы классификации с обеспечением качества состоят из двух элементов: объективные критерии и оценки качества предоставления некоторых из этих критериев. Категория отеля не обязательно присуждается за набор услуг, а скорее за уровень качества этих услуг. Контроль осуществляется экспертами, дающими рекомендации руководству гостиниц о путях улучшения оказываемых услуг.

В системах классификации, включающих опросы гостей центральное место занимают отзывы гостей, идущие в дополнение к обязательным критериям; отели оцениваются посредством проведения инспекций. Системы классификации, основанные на доверии - это некий набор критериев, которые гостиница оценивает самостоятельно без какого-либо аудита.

При классификации предприятий размещения используют различные системы, которых насчитывается более 30.

На рисунке 1 представлены классификации средств размещения в зависимости от назначения и особенностей обслуживания.



Рисунок 1 - Классификация коллективных средств размещения

В системе международного и национального регулирования вопросов классификации средств размещения существует набор нормативно-правовых документов, регламентирующих или рекомендуемых подходы к классификации и требования к средствам размещения.

Статистической комиссией Организации объединенных наций (ООН) разрабатывается и постоянно совершенствуется «Международная стандартная отраслевая классификация всех видов экономической деятельности» (International Standard Industrial Classification of All Economic Activities – ISIC). В настоящий момент действует ревизия № 4 данного документа, принятая в 2009 г. В ней есть раздел, касающийся средств размещения. Дается общее определение и рекомендуется система классификации.

На основании этой классификации Всемирная туристская организация (UNWTO) обновила документ «Международные рекомендации по статистике туризма» (International Recommendations for Tourism Statistics – IRTS). Действующая редакция данного документа датирована 2008 г. В нем рекомендовано применять классификацию в соответствии с ISIC.

Национальным статистическим организациям рекомендовано разрабатывать стандарты на основе IRTS. В Российской Федерации существует целый набор государственных стандартов, в которых раскрываются вопросы средств размещения любых видов.

Рассмотрим детально эти документы и их взаимодействие.

ISIC, как общеотраслевой документ, не содержит детальных терминов и описаний. В этом документе есть только одно определение – «размещение». Средства размещения делятся на кратковременные и длительные [6].

К кратковременным средствам относят средства для размещения туристов и прочих совершающих поездки лиц, а также средства более длительного проживания для студентов, рабочих и подобных категорий лиц.

Кратковременное размещение – услуги по предоставлению мест для временного проживания, обычно на посуточной или понедельной основе, главным образом на короткий период пребывания. Сюда включается предоставление меблированных номеров или полностью независимых жилых единиц с кухней, с предоставлением или без предоставления ежедневных или с иными интервалами услуг по уборке помещения, и часто с ассортиментом дополнительных услуг, таких как питание и напитки, автостоянки,

услуги прачечной, плавательные бассейны и спортивные залы, места для отдыха или проведения конференций.

К предприятиям кратковременного проживания ISIC относит: гостиницы, курортные гостиницы, гостиницы квартирного типа, мотели, городские многоэтажные мотели, дома для приезжих, пансионаты, гостиницы «ночлег и завтрак» (Bed&Breakfast – B&B), квартиры краткосрочного проживания и бунгало, жилые помещения, используемые по договору кратковременного владения недвижимостью (таймшер), дома отдыха, шале, коттеджи и домики с услугой по уборке помещений, молодежные общежития или хижины в горах.

Вторым видом кратковременных средств размещения выступают площадки для кемпингов, стоянки для рекреационных транспортных средств и дач-прицепов, включающие в себя предоставление места для проживания на территории кемпингов, в лагерях-стоянках для дач-прицепов, в лагерях отдыха, в лагерях для рыбалки и охоты на короткий срок, предоставление места и услуг для рекреационных транспортных средств в палаточных городках или в оборудованных элементарными удобствами местах для установки палаток и/или ночлега в спальнях мешках.

Третьей группой выступают прочие виды размещения, оказывающие услуги по предоставлению мест для кратковременного или более длительного проживания в помещениях на одного или нескольких человек или в общежитиях для студентов, временных (сезонных) рабочих и других лиц, включая размещение в студенческих, школьных и рабочих общежитиях, в меблированных комнатах с питанием, в спальнях вагонах.

Средства размещения, оказывающие услуги длительного проживания – предоставление домов и меблированных или немеблированных квартир, как правило, на помесечной или годовой основе – раскрыты в подразделе ISIC, касающемся операциям с недвижимостью.

В РФ на основании рекомендаций IRTS 1993 г. был принят государственный стандарт ГОСТ Р 51185 «Туристские услуги. Средства размещения. Общие требования», пересмотренный в 2008 и 2014 гг. (принят летом 2015 г). Однако в нем не были учтены рекомендации ООН и UNWTO, поэтому в настоящий момент в РФ действует старая классификация средств размещения на коллективные и индивидуальные [1].

В этом ГОСТе определено, что средство размещения – объект, включающий в себя здание/здания/часть здания/строения/сооружения, в которых расположены одно или несколько оборудованных жилых комнат/помещений, предназначенных для размещения и временного проживания туристов. Под «временным» понимается проживание сроком до 6 месяцев. Также в этом стандарте указано, что средства размещения с количеством номеров менее 50 являются малыми.

В ГОСТе определены признаки гостиничного предприятия и минимальный набор услуг. Также приведена расширенная трактовка типов средств размещения, например, сьют-отели, отели-гарни, парк-отели, бутик-отели, грязелечебницы, бальнеологические лечебницы, спа-отели, усадьбы с проживанием, деревни отдыха, дома охотника (рыбака), детские санаторно-оздоровительные организации, центры отдыха и оздоровления, специализированные или профильные лагеря/центры, туристские базы, туристские приюты, туристские деревни (деревни отдыха), горные приюты, транспортные специализированные средства размещения (круизные речные и морские суда, яхты, катера, плавучие гостиницы/отели прогулочные корабли, флотели, акватели, ботели, ротели и т.п.), капсульные отели, таймшер, кондоминиумы, концептуальные отели, ледяные отели, отели для женщин, отели для нудистов, хостелы и т.д.

ГОСТом также установлена классификация по объему номерного фонда: большие (св. 200 номеров), средние (51-200 номеров), малые (16-50 номеров) и мини – (5-15 номеров).

Приказ Минкультуры России № 1215 устанавливает требования к категориям средств размещения и требования по номерам. Согласно этому документу выделяют шесть категорий гостиниц: 1-5 звезд и «без звезд». По типу предприятия выделяют гостиницы и иные типы размещения с количеством мест до 50; с количеством мест свыше 50; курортные гостиницы; гостиницы и иные средства размещения, находящиеся в зданиях, расположенных на территории исторического поселения; гостиницы и иные средства размещения, находящиеся в зданиях, являющихся объектами культурного наследия; апартаменты; дома отдыха, пансионаты и другие аналогичные средства размещения [7].

Правила предоставления гостиничных услуг в РФ содержит всего два определения: гостиница и малое средство размещения, причем определение гостиницы не соответствует действующему ГОСТу: «гостиница и иное средство размещения» – имущественный комплекс (здание, часть здания, оборудование и иное имущество), предназначенный для оказания гостиничных услуг (далее – гостиница)» [7].

Проведенное исследование показало, что нормативные документы Российской Федерации, касающиеся вопросов классификации средств размещения, не соответствуют в полной мере международным требованиям. Государственные стандарты предоставляют очень широкое описание средств размещения, однако классификация осталась неизменной с 1993 г., несмотря на принятие новой мировой системы, принципиально отличающейся от предыдущей. Новая мировая система классификации, принятая в 2008 г., в большей степени соответствует текущим тенденциям развития рынка средств размещения, на котором появляются новые типы предприятий. Российской Федерации следует пересмотреть подходы к классификации, чтобы соответствовать международным тенденциям.

Список литературы

1. ГОСТ Р 51185-2014 «Туристские услуги. Средства размещения. Общие требования» [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://docs.cntd.ru/document/1200114767> (дата обращения: 15.11.16).
2. ГОСТ Р 53423 «Туристские услуги. Гостиницы и другие средства размещения туристов. Термины и определения» [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://docs.cntd.ru/document/gost-r-53423-2009?block=1> (дата обращения: 15.11.16).
3. Козлов Д. А. Факторы развития российского внутреннего туризма // Молодой ученый. – 2015. – № 23. – С. 566–568.
4. Козлов Д.А. Оценка влияния туризма на экономику страны // В сборнике: Стратегии устойчивого развития национальной и мировой экономики. Сборник статей Международной научно-практической конференции. – Уфа, 2015. – С. 200–203.
5. Козлов Д.А. Современные индикаторы развития туризма // В сборнике: Стратегии устойчивого развития национальной и мировой экономики. Сборник статей Международной научно-практической конференции. – Уфа, 2015. – С. 198–200.
6. Международная стандартная отраслевая классификация всех видов экономической деятельности (ISIC) [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://unstats.un.org/unsd/cr/registry/regdnld.asp?Lg=1> (дата обращения: 17.11.16).
7. Полякова И.Л., Ермакова Ж.А. Стандартизация в региональной индустрии гостеприимства: направления, основные этапы разработки и внедрения // Вестник Оренбургского государственного университета. 2015. № 8 (183). С. 116-121.

ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЕ МАЛОГО И СРЕДНЕГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА И СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА В РОССИИ

Попова Н.Е., Осинцев С.И., Кондрашова Ю.В., Рыбалкина М.Н.

Уральский государственный педагогический университет, г. Екатеринбург

Проблемам эффективности функционирования малого предпринимательства в стране посвящено достаточное количество работ. Этот вопрос постоянно поднимается правительством РФ [3].

Считается, что малое предпринимательство довольно перспективная область деятельности для граждан Российской Федерации, для развития государства, поэтому необходимо вовлечь в число малых предпринимателей как можно больше граждан. Это автоматически решит проблемы массовой безработицы населения, обеспечит высокий уровень его жизни, снизит социальный накал в обществе [2], будет благоприятствовать росту экономики, увеличит валовой национальный продукт страны.

Несмотря на такое пристальное внимание к данному сектору экономики, малое предпринимательство в стране практически не развивается.

По опубликованным данным [1], доля российского малого бизнеса занимает 1/5 часть производимого ВВП. В то же время в развитых странах данный показатель составляет в целом более 50%. Анализ данных свидетельствует о том, что малый бизнес в России не пользуется у населения большой популярностью, хотя есть большие перспективы улучшить эту ситуацию [2,3].

Необходимым критерием улучшения данной ситуации является, прежде всего, изменения в законодательной базе. При этом малое предпринимательство должно занять приоритетную роль в

экономике по сравнению со средним и крупным бизнесом, особенно в небольших населённых пунктах. К тому же малые предприятия производят такие товары и предоставляют такие услуги, которые не считает нужным производить крупный и средний бизнес.

Люди из-за отсутствия рабочих мест в сельской местности и малых населённых пунктах вынуждены уезжать в близлежащие города на заработки. Именно здесь малое предпринимательство в аспекте занятости населения, особенно в депрессивных муниципальных образованиях России, является решением проблемы снижения преступности и алкоголизма, возможностью создания рабочих мест и прекращению «вымирания» сельской местности.

Данные статистики [1] развития малых предприятий, начиная с 2005 года, убедительно подтверждают, что их количество в РФ постепенно увеличивалось и имело положительную тенденцию до 2013 года. Однако с началом кризисных явлений 2014 года наблюдается обратная тенденция: малые предприятия прекращают свою деятельность чаще, чем начинают. На данную динамику повлияли санкции западных государств по отношению к России и ответные санкции России к этим странам, что, безусловно, отразилось на таком хрупком секторе нашей экономики.

События кризиса 2014 г. в целом сократили производство в России, но политика импортозамещения, принятая руководством страны, принесла плоды в сельскохозяйственном секторе.

Наибольший прирост производства продукции сельского хозяйства в 2015 г. по отношению к 2014 г. наблюдался в октябре 2015 г. За тот месяц прирост составил 7,6% [1].

В целом, производство продукции сельского хозяйства в 2015 г. увеличивалось по отношению с соответствующим периодом 2014 г. на протяжении всего года. Всего же производство в 2015 г. увеличилось на 3% по отношению к базовому 2014 году [1].

В 2014 г. в связи с санкциями западных стран в отношении к России и ответные меры Российской Федерации привели к импортозамещению и защите внутренних производителей, поэтому в сельском хозяйстве, даже в такие трудные времена для российской экономики, тенденция роста остаётся неизменной. Это, безусловно, положительная динамика. Следовательно, политику импортозамещения и привлечения собственного производства в сельскохозяйственном секторе можно считать успешной.

Если проанализировать динамику производства продукции в сельском хозяйстве за 2015 и 2016 годы, то становится очевидным, что в период с января по август 2016 г. точно также наблюдался рост производства продукции в сельском хозяйстве по отношению к 2015 году [1].

Стоит отметить, что политика российского государства, которая ведётся в отношении агропромышленного сектора последние годы, оказывает весьма эффективное положительное влияние на развитие данного сектора. Правительство принципиально настроено на продолжение поддержки сельскохозяйственного сектора в 2017 году в объёмах, не ниже 2016 года.

В 2017 году ожидается льготное кредитование компаний сельскохозяйственного сектора (не выше 5% годовых), а также планируется осуществлять трансферты таким компаниям быстрее, облегчив процедуру их получения. Всё это непременно должно сказаться на будущем продолжении роста такого значимого сектора российской экономики как сельское хозяйство.

Надеемся, что именно данный сектор станет важной силой возрождения российской промышленности; именно с агропромышленного комплекса будут брать пример остальные отрасли экономики и повторять положительную динамику его развития.

Список литературы

1. Динамика производства продукции сельского хозяйства [Электронный ресурс]: /<http://dovernment.ru/info/22679>. Дата обращения: 01.12.2016.
2. Закон "О занятости населения в Российской Федерации" № 1032-1. (Принято 19.04.1991 с изменениями от 11.10.2016).
3. Правительственное распоряжение по поддержке малого и среднего предпринимательства № 98-р. (Принято 27.01.2015).

О ПРОБЛЕМАХ КАДРОВОГО ПЛАНИРОВАНИЯ И ПОДГОТОВКИ СПЕЦИАЛИСТОВ ДЛЯ КАПИТАЛЬНОГО СТРОИТЕЛЬСТВА РЕГИОНА

Праслов В. А.

Воронежский Государственный Технический Университет, г. Воронеж

Поскольку развитие научно-технического прогресса в строительстве предъявляет высокие требования к составу и качеству рабочей силы, одним из важнейших механизмов повышения эффективности отрасли является кадровое планирование. По сути, это планирование потребности в трудовых ресурсах необходимой численности и квалификации. При этом главной задачей кадрового планирования является заполнение рабочих мест отрасли на длительную перспективу с учетом постоянного технического и технологического обновления строительного производства.

Процесс кадрового планирования капитального строительства представляет собой комплексную задачу, для решения которой необходимо учитывать большое число независимых переменных — стратегии развития отрасли, изменение численности населения, технологии и инновации, состояние образовательного сектора, потребительский спрос на строительную продукцию и др. [1].

Поскольку кадровое планирование подразумевает не только количественное, но и качественное планирование трудовых ресурсов, то с учетом временного интервала на подготовку специалистов необходимой квалификации (4 – 6 лет) актуальным становится перманентное среднесрочное кадровое планирование с внесением текущих корректировок [2].

Процесс кадрового планирования капитального строительства состоит из трех этапов:

1. Анализ данных о текущих и будущих потребностях отрасли в трудовых ресурсах с учетом долгосрочных целей ее развития – выполняется оценка спроса и предложения человеческих ресурсов на территориально-отраслевом рынке труда, в результате которой определяется разница - избыток или дефицит трудовых ресурсов.

2. Прогнозирование количества и качества трудовых ресурсов (специальность, квалификация, специальные навыки), необходимых для удовлетворения установленных целей развития отрасли – рассматривается вопрос доступности человеческих ресурсов, на которые влияют такие факторы, как демографическая ситуация, уровень заработной платы в отрасли, уровень мобильности человеческих ресурсов, уровень безработицы и т.д.

3. Разработка кадрового плана или стратегия по устранению несбалансированности кадров строительной отрасли на основе современных методов планирования.

Таким образом, кадровое планирование капитального строительства следует рассматривать в качестве инструмента, позволяющим уравновесить спрос и предложение трудовых ресурсов в отраслевой системе.

В настоящее время кадровому планированию строительства уделяется недостаточное внимание при том, что потребность в квалифицированных кадрах постоянно увеличивается. Крупные строительные предприятия пытаются решить свои кадровые проблемы собственными силами. Для этого в их структуре создаются специальные учебно-практические подразделения с собственными учебными программами. Отметим, что такого рода шаги могут лишь снять остроту проблемы, но не способны решить ее в полной мере. Для кардинального решения, по нашему мнению, необходимо тесное сотрудничество с профильными учебными заведениями на государственном уровне, путем подготовки и реализации долгосрочной стратегии развития строительной отрасли [3].

Так, комитетом по профессиональному образованию ассоциации «Национальное объединение строителей» была разработана и утверждена 25 февраля 2016 г. «Концепция развития системы дополнительного профессионального образования в строительной отрасли» с целью создания единой системы взглядов на содержание, принципы и основные подходы к формированию отраслевой политики в области дополнительного профессионального образования. Реализация предложенной концепции является ключевой для развития системы непрерывного образования в строительстве и всестороннего развития специалистов на различных этапах их деятельности.

Одновременно с активизацией работ по кадровому планированию потребуется модернизация и развитие образовательного сектора, направленные на удовлетворение потребностей капитального строительства региона в трудовых ресурсах.

Современный специалист строительной отрасли должен быть готовым как в образовательном, так и

творческом плане к модернизации производства, применению инновационных технологий [4,5].

Внедрение инновационных строительных технологий потребует привлечения новых более эффективных форм обучения специалистов в системе капитального строительства, максимально сокращающих «разрыв» между теорией и практикой. В этой связи для подготовки, например, инженерно-технических работников следует выделить систему «общетеоретическая подготовка+обучение практическим навыкам + научно-исследовательская работа». Для руководителей должно быть предусмотрено не реже 1 раза в 3 года обязательное повышение квалификации по специальным программам, совокупность которых должна быть разработана с учетом потребностей обучаемых и приспособлена к конкретным условиям.

Эффективной, на наш взгляд, является подготовка кадров для капитального строительства региона, состоящая из следующих этапов (рис.1):

- I. Планирование кадров.
- II. Разработка системы мероприятий по подготовке кадров.
- III. Отбор, профориентация и определение направления подготовки кадров.
- IV. Собственно подготовка кадров.
- V. Адресное направление кадров, прошедших обучение и повышение квалификации.

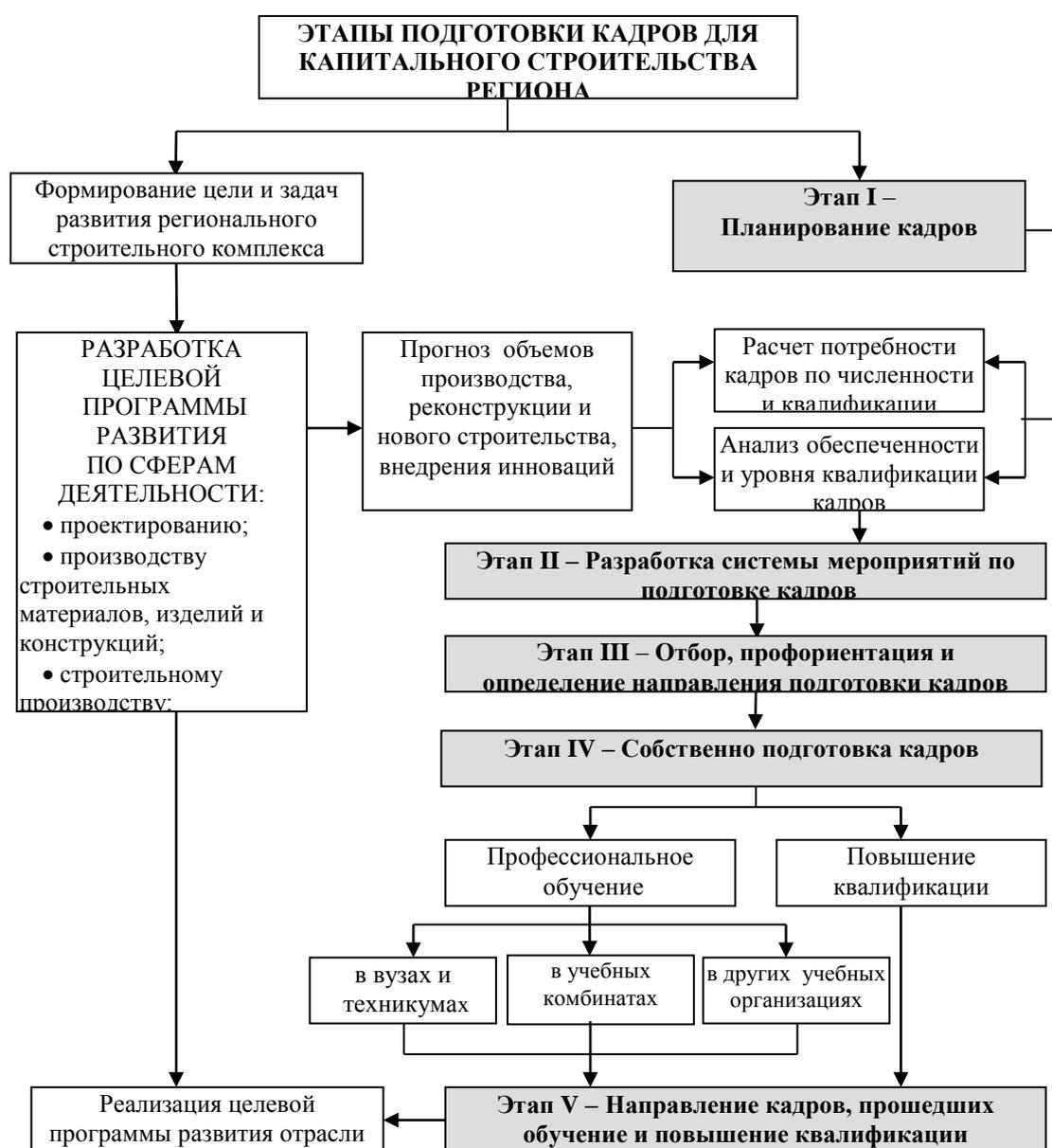


Рис. 1 Схема взаимосвязи подготовки кадров и развития капитального строительства

Планирование и подготовка кадров для капитального строительства отрасли как подсистемы регионального строительного комплекса (РСК), неразрывно связаны с программированием его развития. Так, в процессе разработки программ развития РСК определяются перспективные направления его деятельности, объемы и темпы строительства с учетом применения инновационных технологий, потребности в материальных и трудовых ресурсах и пр. Данная информация является ориентиром для системы отраслевой подготовки кадров. В свою очередь строгое исполнение планов по подготовке кадров способствует эффективной реализации целевых программ развития строительного комплекса и всех его подсистем, включая капитальное строительство.

Список литературы

1. Кадровая политика и кадровое планирование : учебник для вузов / Ю. Г. Одегов, М. Г. Лабаджан. – М. : Издательство Юрайт, 2014. – 444 с.
2. Акулова И.И., Праслов В.А. Сценарное прогнозирование потребности капитального строительства в кадрах рабочих профессий // Вестник гражданских инженеров. 2016. № 2 (55). С. 267 – 273.
3. Колмыкова М.А., Христофорова М.А. Современные социально-экономические проблемы строительной отрасли // Интеллект. Инновации. Инвестиции. 2012. № 5-1 (22). С. 23-25.
4. Беляева Г.Д., Макарец А.Б., Федоренко Г.А. Подготовка кадров для инновационной экономики в условиях модернизации системы высшего профессионального образования // Современные проблемы науки и образования. 2012. – № 6.
5. Акулова И. И., Праслов В. А. К вопросу о модернизации и развитии системы подготовки кадров для строительного комплекса / Наука и инновации в строительстве SIB - 2008. Материалы международного конгресса. 2008. С. 25-31.

АГРООБРАЗОВАНИЕ: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ В АГРОБИЗНЕСЕ КРАСНОДАРСКОГО КРАЯ

Путилина И.Н., Варава А.В.

Кубанский государственный аграрный университет имени И.Т. Трубилина, г. Краснодар

Дефицит квалифицированных кадров в Доктрине продовольственной безопасности Российской Федерации справедливо признан одной из главных угроз устойчивости агрокомплекса и продовольственной безопасности страны. Всеми известный лозунг: «кадры решают всё» вновь чрезвычайно актуален.

Итак, какова же ситуация в кадровом обеспечении российского агрокомплекса сегодня? В системе аграрного образования страны насчитывается 59 вузов и 38 учреждений дополнительного профессионального образования. Число студентов, проходящих обучение по 105 специальностям, составляет около 450 тысяч. Ежегодный выпуск специалистов с высшим и средним образованием равен почти 150 тысячам человек. Это, не учитывая профессиональную переподготовку и повышение квалификации, которые проходят ежегодно 120 тысяч человек или около 20 процентов всех руководителей и специалистов, занятых в аграрном производстве. Но при всем при этом численность руководителей и специалистов сельхозпредприятий за последние годы сократилась в полтора раза с одновременным снижением их образовательного уровня. Дефицит в квалифицированных кадрах не сокращается, а увеличивается и составляет ныне около 80 тысяч человек. Лишь 20 процентов занятых имеют полноценную профессиональную подготовку.

Современная модель непрерывного образования для работников АПК динамично обсуждается во всех субъектах России. Сельское хозяйство с каждым годом становится все более инновационным и информационно емким. Новые сельскохозяйственные машины, новые химические препараты, новые источники энергии - все это повышает эффективность аграрного сектора, но вместе с тем требует от сотрудников сельхозпредприятий знаний другого уровня. Так по поручению Министерства сельского хозяйства РФ во многих регионах страны создаются стратегии по обучению аграриев. На сегодняшний день основным и главным девизом агрообразования является «образование длиною в жизнь» [2].

Краснодарский край относится к регионам, которые имеют наиболее благоприятные природные и экономические условия, высокую плотность сельского населения, развитую транспортную сеть, высокую степень распаханности сельхозугодий. В процессе рыночной трансформации экономики край сохранил значительную часть агропроизводственного потенциала.

Однако достаточно остро встает вопрос о профессиональной переподготовке и повышении квалификации среди руководителей и специалистов региона, так как одной из основных проблем развития АПК края является повышение профессионального уровня специалистов. На сегодняшний день только квалифицированные и предприимчивые руководители получают наилучший экономический эффект от использования имеющихся ограниченных экономических ресурсов.

Проведенное выборочное исследование Федеральной государственной службой статистики РФ показало, что в большей степени сельскохозяйственные организации имеют необходимость в квалифицированных рабочих кадрах (36,8%), в то время как спрос на неквалифицированных работников составляет 12,9% (Таблица 1).

Таблица 1 – Потребность организаций в работниках для замещения вакантных рабочих мест в сельскохозяйственной сфере в 2015 г., %

Профессиональные группы	Доля в общей структуре спроса, %
Руководители организаций и их структурных подразделений	5,5
Специалисты высшего уровня квалификации	13,2
Специалисты среднего уровня квалификации	6,6
Квалифицированные работники сельского хозяйства	36,8
в т.ч. работники, занятые выращиванием плодовых и полевых культур	14,2
работники, занятые производством продукции животноводства	18,1
квалифицированные работники смешанного производства	4,5
Операторы, аппаратчики, машинисты установок и машин	25,0
Неквалифицированные рабочие	12,9

Количественное уменьшение и низкий уровень профессиональной подготовки управленческого аппарата в АПК привели к крайне тяжелому финансово-экономическому положению. В сельхозпредприятиях 40% руководителей не имеют высшего образования, а 11,7% специалистов являются практики. Из 48,3 % руководителей только 15-17% имеют профильное сельскохозяйственное образование.

Краснодарский край относится к регионам, имеющим большой потенциал в сфере развития сельского хозяйства. В период с 2011 по 2015 годы общий объем производства сельскохозяйственной продукции вырос на 62,5 % по краю. Вместе с тем исследования показывают, что около 35% руководителей и специалистов работающих в сельскохозяйственных организациях испытывают потребность в повышении уровня своей квалификации. Особенно высока потребность в обучении среди руководителей малых форм хозяйствования. Более 60% опрошенных нами руководителей фермерских хозяйств и личных подсобных хозяйств высказались об острой необходимости получения новых знаний в сфере своей деятельности [1].

На сегодняшний день, мотивация к повышению квалификации среди руководителей остается на низком уровне. Обучение менеджмента ограничивается в основном семинарами или краткосрочными курсами. Появление новых направлений подготовки, усовершенствование технологического процесса ведет к тому, что появляется потребность в знаниях биоэкономики, биотехнологий, юриспруденции. Так, в целом по России за последние несколько лет повышение квалификации прошли только 5% руководителей. Это крайне негативно отражается на экономическом развитии АПК [2].

Сегодня в сельхозорганизациях почти каждая пятая должность специалиста вакантная, а должности каждого второго главного агронома, главного ветврача и главного экономиста занимают специалисты со средним образованием, либо практики. Отрасль испытывает жесточайшую нехватку аграрных специалистов с высшим образованием.

Таблица 2 – Доля повысивших квалификацию руководителей и специалистов сельскохозяйственных организаций, %

Наименование должности	2014 г.	2015 г.
Работники, занимающие должности руководителей и специалистов	5,6	5,1
Руководители сельскохозяйственных организаций	11,6	8,9
Специалисты основных производственных служб:		

Агрономическая служба	10,1	9,1
Зоотехническая служба	9,2	8,6
Ветеринарная служба	7,2	7,8
Инженерно-технологическая служба	6,8	7,2
Экономическая служба	5,7	5,7
Бухгалтерская служба	4,2	3,8

Проведенное нами исследование по Краснодарскому краю показывает, что на сегодняшний день в аграрном секторе необходимо обучение руководителей именно управленческим навыкам, о чем свидетельствуют данные социологического опроса. Его результаты показали, что недостаток управленческих навыков испытывают более 75% руководителей сельскохозяйственных организаций, крестьянско-фермерских хозяйств. Одним из решающих факторов, влияющих на повышение эффективности деятельности агропромышленного комплекса является профессиональная компетентность специалистов. Сегодня уровень образования участников конкурентоспособного производства должен опережать уровень развития самого производства.

Инструментом повышения эффективности сельхозпроизводства становится сегодня грамотное управление бизнесом, производством и торговлей, основанное на принципиально новых подходах. Стоит отметить, что сейчас работает первая и пока единственная в России (в партнерстве с сельхозакадемией в Белгороде) международная образовательная программа по стандартам MBA «Агробизнес» созданная в Татарстане, на базе Казанского государственного аграрного университета, совместно с ведущим высшим научно-образовательным учреждением Европейского Союза – Вагенингенским университетом (Королевство Нидерланды).

С учетом специфики нашего региона предлагается разработать платформу программы по стандартам MBA «Агробизнес» в Кубанском ГАУ имени И.Т. Трубилина. Реализация предложенной программы будет ориентирована на подготовку высококвалифицированных менеджеров высшего звена. Слушателями MBA могут быть процветающие бизнесмены, руководители крупных агрохолдингов и специалисты, желающие воплотить свой потенциал, получить новые знания, а также завести полезные знакомства в области топ менеджмента. Программа будет состоять из учебных дисциплин, содержащих маркетинг, управление корпоративными финансами. Помимо этого курс будет направлен на развитие лидерских способностей и аналитического склада мышления менеджера. Программа будет включать в себя семинары, мастер-классы, деловые игры, мозговой штурм, лекции, а также компьютерные программ. После защиты выпускной работы будет выдаваться сертификат университета о прохождении обучения по курсу «MBA-Агробизнес».

Итак, на сегодняшний день инвестиции в человека, в его знания и умения являются самыми целесообразными инвестициями, потому как в будущем окупают себя сполна. А от знаний руководящего звена сельхозпредприятий, их профессионализма и уверенности в принятии управленческих решений чаще всего зависит финансовое положение отдельных организаций и всего АПК в целом.

Список использованных источников

1. Варава А.В. Государственно-частное партнерство в аграрном секторе АПК. Инновационное развитие аграрной науки и образования // Сборник трудов Международной научно-практической конференции, посвященной 90 –летию чл. корр. РАСХН, заслуженного деятеля науки РСФСР и РД, профессора М.М. Джамбулатова; 23 декабря 2015 г. – Махачкала: ФГБОУ ВО «Дагестанский ГАУ имени М.М. Джамбулатова», 2016 г. С.-126-129.
2. Путилина И.Н., Коваленко Л.В., Шолин Ю.А. Проблемы развития современного высшего образования / Политематический сетевой электронный научный журнал Кубанского государственного аграрного университета. 2015. №107. С.927-938

РОЛЬ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ РЕГИОНА В ОБЕСПЕЧЕНИИ ПРОДОВОЛЬСТВЕННОЙ БЕЗОПАСНОСТИ

Сафронова Ю.В., Юшин И.В.

Российская академия народного хозяйства и государственной службы
при Президенте Российской Федерации, г. Москва

Развитие региона прямо влияет на решение проблемы, касающейся продовольственной безопасности. Инновационное развитие в данной сфере должно брать во внимание и такие инновации, как экономико-экологические, организационно-управленческие и производственно-технологические сферы.

Основными задачами инновационного развития в контексте создания продовольственной безопасности является модернизация региона, а также сбережение ресурсов отрасли, улучшение качественных характеристик производства продукции, улучшение экологических факторов сельского хозяйства.

Для того, чтобы решить поставленные задачи, необходимо произвести кардинальные перемены во всей национальной системе, а также в регионе. Поэтому, в первую очередь необходимо обеспечить качественным и количественным ростом предложений в области инноваций.

Для того, чтобы обеспечить продовольственную безопасность в современных условиях, следует, чтобы была поддержка развития собственных производственных мощностей в области продуктов питания и сырья для их изготовления, а также сокращение импорта.

Организация продовольственных ресурсов региона на основе положения их самообеспеченности продуктами питания за счет собственного производства, что подразумевает сведение к минимуму ввоза продукции. При этом будут гарантированы продовольственная безопасность и продовольственная независимость регионов.

Основным значением продовольственных и сырьевых связей между регионами является повышение качества, снижение совокупных затрат на производство и реализацию продовольствия, насыщения продовольственного рынка страны товарами, улучшения их структуры [4, с.208].

Таким образом, важными условиями функционирования продовольственного рынка и обеспечения населения высококачественными продуктами питания являются целенаправленное и рациональное использование сложившихся природных производственных, социальных, научно-технических, инновационных и инвестиционных ресурсов, способствующих полноценному функционированию и развитию системы продовольственного обеспечения населения за счет местного производства в соответствии с научно-обоснованными нормами.

Система обеспечения безопасности в процессе производства инновационной продукции должна содержать:

- перечень определяемых изготовителем опасных факторов, которые могут привести в процессе производства к выпуску в обращение инновационной продукции, не соответствующей установленным требованиям;
- перечень определяемых изготовителем критических контрольных точек процесса производства инновационной продукции и параметров безопасности продовольственного сырья;
- периодичность проведения проверки на соответствие готовой продукции требованиям технических регламентов на отдельные виды инновационных продуктов по показателям безопасности [5, с. 126].

Инновационный процесс направлен на повышение конкурентоспособности товаропроизводителей: разработку действующей на постоянной основе программы мероприятий по реализации инновационных знаний в рамках создаваемой в регионе экономики, ускоренное развитие ключевых секторов, с целью повышения инновационной активности, роста производительности труда в сельском хозяйстве, сохранение инвестиционных компонентов роста ускорения темпов экономического роста [4, с.66].

Известно, что в странах с развитым агропромышленным сектором наука, наукоемкие технологии, активная инвестиционная деятельность обеспечивают до 80-85% экономического роста производства. Для получения таких результатов в России необходимо создание соответствующей институциональной среды, позволяющей устранить барьеры, сдерживающие инновационную активность организаций и распространение инноваций; усилить стимулирование инновационной деятельности на всех этапах;

обеспечить благоприятные условия для функционирования высокотехнологичных предприятий и развития новых рынков продукции [3, с. 29].

Для оживления инновационного процесса в АПК от Министерства сельского хозяйства Российской Федерации требуется системно продуманная и практически реализуемая стратегия инновационного развития отрасли, подкрепленная законодательно и финансово. Аграрные вузы получают мощный импульс к созданию инновационных продуктов и технологий только тогда, когда государство законодательно сформирует мотивацию хозяйствующих субъектов к инновационному поведению, а сельхозпроизводители будут заинтересованы во внедрении инновационных технологий с целью повышения конкурентоспособности, роста производительности труда и эффективности своей хозяйственной деятельности [1, с. 14].

Наряду с термином продовольственная безопасность встречается понятие продовольственного обеспечения, т.е. это категория продовольственной безопасности на разных инновационных уровнях (рисунок 1).



Рис.1 – Уровни инновационного развития в обеспечении продовольственной безопасности

По нашему мнению, важными элементами инновационного уровня являются инновационная продукция, которая должна соответствовать качественной и безопасной продукции, а также доступность этой продукции для населения.

Важным условием устойчивого развития региона является эффективная инновационная политика, конечной целью которой является внедрение основанных на достижениях научно-технического прогресса новых, передовых, технологий и изобретений, форм организации труда и управления, а также улучшение показателей качественной и количественной инновационной продукции, что в частности решает проблемы продовольственной безопасности.

Список литературы

1. Баутин, В. Роль аграрных вузов в формировании инновационной экономики АПК/В. Баутин//Экономика сельского хозяйства России.-2012.-№1. С.-13-23.

2. Сафронова Ю.В. Инновационная деятельность как фактор повышения конкурентоспособности на предприятии. В сборнике: Тенденции развития экономики и менеджмента. Сборник научных трудов по итогам международной научно-практической конференции.- 2015.- С. 19-21.
3. Сафронова Ю.В. Формирование ассортиментной программы предприятия на основе инновационных молочных продуктов. В сборнике: Проблемы пищевой безопасности. Сборник материалов к Международной конференции молодых ученых. -2013. -С. 125-126.
4. Трошин, А Инвестирование аграрного сектора России в условиях членства в ВТО/ А. Трошин// АПК: экономика, управление. – 2014. – № 5. – С.65 – 7.
- 5.Хамукова М.А., Мешева Р.А. Теоретические основы формирования региональных продовольственных ресурсов/М.А. Хамукова., Мешева Р.А. //Экономика и предпринимательство.- 2014.- №9.-С.207-209.

БИЗНЕС-МОДЕЛИРОВАНИЕ – ОРГАНИЗАЦИОННЫЙ ИНСТРУМЕНТ ПОСТРОЕНИЯ СОВРЕМЕННОЙ КОРПОРАЦИИ

Степанова Г.Н.

Московский политехнический университет

В инновационной экономике XXI века, когда организации становятся интеллектуальными самоуправляемыми ассоциациям, встает задача поиска новых организационных механизмов менеджмента. И здесь определяющая роль принадлежит структуре управления.

Современная действительность отличается усложнением всех аспектов экономики XXI века. Это требует рассмотрения объектов на основе интеллектуального осмысления всей многогранности и глубины их проявления, внесения организационной ясности в систему управления, учета закономерностей функционирования, установления правил взаимодействия.

Современную организацию можно определить как динамически взаимодействующую с внешней средой сложную социально-техническую систему, спроектированную для достижения конкретных целей. Существование тесной зависимости между состоянием внешней среды и поведением организации ставит задачу адаптации целей, стратегии фирмы, ее организационных характеристик, структуры и функций к рыночным условиям.

Во время более ранних адаптационных волн, как это имело место в первой половине XX века, произошел переход от функциональной к дивизиональной структуре управления. Однако сегодня не существует одной, доминирующей тенденции в образовании структур управления. Матричная структура, которую считали организационной формой будущего, не подтвердила своей эффективности и нашла ограниченное применение. Зарубежные корпорации, введившие матричную структуру как образец индивидуализированной направленности, со временем вернулись к подразделениям с продуктовой ответственностью.

К концу 1990-х годов на Западе предпринимались значительные усилия по созданию особой формы организации инновационной и творческой активности – интеллектуальной самоуправляющейся ассоциации, основанной на принципах организационного проектирования и модульной специализации. Она и позволяет достичь высокой инновационной активности самостоятельных подразделений в рамках ассоциированной деятельности.

Понятие «органический подход» или «органическая структура» впервые ввели еще в 1960-х годах американские экономисты Т. Барнс и Д. Сталкер [1]. По их определению, органической является такая структура, которая в большей мере базирующаяся на бригадной работе, обладает гибкостью в отличие от традиционного иерархического управления.

Жесткие иерархические построения сменяются открытыми социальными системами. Происходит омогенизация вместо дифференциации, где главными достоинствами становятся: высокая адаптивность к изменениям, творческий характер, эффективное управление по слабым сигналам.

Трансформация вертикальных организационных структур в органические позволяет сформировать стратегию развития на основе использования свойств самоорганизации. Способы консолидации автономных подразделений как самостоятельных участников рыночных отношений высокоэффективны –

централизованное управление и рыночные механизмы – дополняют друг друга и дают синергический эффект.

Инновационный характер управления заключается в том, что административные методы вытесняются социально-психологическими, а повышение производительности труда связывается с сопричастностью сотрудника к принятию решений и с качественно новой трудовой мотивацией. В результате создания групповых форм в компаниях сокращается аппарат управления, растет квалификация, заинтересованность в развитии внутрифирменных рыночно-экономических отношений и инициатива, повышается ответственность работников.

Эволюция современной организации определяется ее способностью к диверсификации и интеграции, что связано с внутриорганизационными изменениями – многоцелевым использованием ресурсов, внутрифирменной передачей информации, знаний, ноу-хау.

Более высоким уровнем развития внутрифирменной структуры управления является многомерная организация, о которой впервые было заявлено в 1974 г. американским экономистом У. Гоггином и далее исследовано в работах Р. Акоффа, а также адаптировано к новому координатному пространству медиаиндустрии [2, 3, 4].

Разработка современной органограммы управления – это построение многомерной структуры – различных иерархических уровней и горизонтальных построений, находящихся во взаимодействии. Ставится задача введения новых координационных средств – механизмов структурной интеграции, обеспечивающих горизонтальное и вертикальное сжатие процессов, распараллеливание работ, уменьшение количества контрольных процедур и согласований.

Организационные преобразования предполагают комплексное изучение и выявление необходимых и возможных направлений изменения следующих структурных компонент:

- структуры и функций – формальной схемы организации, в которой отражены сложившиеся взаимосвязи между подразделениями и работниками, разработанной исходя из целей организации с учетом действующих должностных обязанностей, стандартных трудовых функций, процедур и технических средств, используемых для осуществления трудового процесса. Такой подход отражает философию предметно ориентированной организации, ставящей на первый план задачу создания оптимальных структур для достижения определенных целей;

- политики и методов руководства коллективом, складывающихся под влиянием как внешних факторов (общественных норм, ценностей и приоритетов, законодательства, давления социальных групп), так и внутренних факторов (таких, как традиции, ценности, культура компании, этические принципы и нравственные нормы руководителей компании и членов трудового коллектива, личные амбиции руководства);

- человеческого капитала, неформальной структуры организации, основанной на общих интересах сотрудников, их личностных лидерских качествах, творческом и инициативном отношении к труду, влияющих на интеллектуальные способности и психологическое состояние отдельного работника.

Важным этапом проектирования бизнеса является применение модельного инструментария.

Организационный механизм менеджмента реализуется через концептуальный инструмент – бизнес-систему, под которой понимается совокупность взаимосвязанных ключевых подсистем, отражающих последовательность функций и видов деятельности, направленных на достижение целей организации.

Концептуальным инструментом, отражающим логику бизнеса, является бизнес-модель, которая характеризует основные элементы бизнеса, систему связей объема с внешней средой. Это позволяет создать целостное представление о бизнесе, отразить его наиболее важные стороны, показать использование ресурсов и возможности формирования конкурентных преимуществ.

Бизнес-модель используется в качестве средства для осмысления логики бизнеса, проектирования инноваций, стратегического планирования, средства коммуникации, средства контроля за деятельностью. Экономист Н.Д. Стрекалова предлагает в структуру бизнес-модели включать следующие системные компоненты:

- функции и цели;
- рынок и предложение ценности;
- конкурентную стратегию;
- ключевые процессы цепочки создания ценности и ресурсы, корпоративную культуру и мотивацию персонала;
- кооперацию и горизонтальное партнерство;

– экономическую модель [5].

С целью решения данных задач можно выделить функции разработчиков бизнес-модели, формирующих ее содержание:

– определение ценности, создаваемой для потребителей (интеллектуального продукта и технологии его производства);

– идентификация рыночного сегмента;

– определение структуры цепочки ценности, обеспечивающей устойчивое функционирование бизнеса;

– осуществление сравнительного анализа производства продукта с учетом транзакционных издержек;

– разработка механизма генерирования доходов организации.

Экономисты Д.А. Жданов, И.Н. Данилин и др. предлагают использовать инструментарий создания бизнес-модели, включающий следующие схемы:

– процессно-функциональную, детализирующую функциональное наполнение бизнес-процессов;

– организационно-функциональную, формализующую закрепление организационных подразделений за функциональными задачами по производству продуктов и услуг;

– функционально-процессную, позволяющую рационализировать распределение ресурсов по продуктам (бизнес-процессам) и функциям как элементам производственной системы, выполняющим отдельные подзадачи, решаемые в рамках бизнес-процесса [6, 7].

Ключевой организационной задачей, стоящей перед собственниками, является поиск исполнителей, которым можно доверить управление активами и руководство бизнесом, делегировать право распоряжения вложенным капиталом. Основными качествами такого менеджера являются квалификация, лидерство, инициативность, а также приверженность компании [8, 9].

Список литературы

1. Burns, Tom and Stalker, G.M. The Management of Innovation. Published by Tavistock. London, 1968. p. 12–41.
2. Степанова Г.Н. Разработка системы инновационного управления организациями (на примере полиграфической деятельности): монография. М.: МГУП, 2009. С. 164–166.
3. Степанова Г.Н. Стратегические бизнес-системы и новое координатное пространство медиакомпаний // Известия высших учебных заведений. Проблемы полиграфии и издательского дела. 2014. № 6. С. 137–145.
4. Горлов С.Ю., Катанаева М.А., Степанова Г.Н., Шаронин П.Н. Сбалансированная система показателей – эффективный инструмент разработки и реализации стратегии медиаорганизации // Известия высших учебных заведений. Проблемы полиграфии и издательского дела. 2016. № 1. С. 116 – 127.
5. Стрекалова Н.Д. Бизнес-планирование. СПб.: Питер, 2009. – 352 с. С. 109–118.
6. Жданов Д.А. Моделирование организационной структуры компаний // Экономическая наука современной России. – 2011. – № 1(48). – С. 131 – 143.
7. Жданов Д.А., Данилов И.Н. Организационная эволюция корпораций. М.: Дело АНХ, 2011. 272 с.
8. Жданов Д.А. Агентские отношения и организационное построение корпораций. Часть 1 // Экономическая наука современной России. – 2012. – № 4(59). – С. 97 – 109.
9. Жданов Д.А. Агентские отношения и организационное построение корпораций. Часть 2 // Экономическая наука современной России. – 2013. – № 2(61). – С. 88 – 103.

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И ПРИКЛАДНЫЕ ОСНОВЫ СТРАТЕГИИ ТРАНСПОРТНОГО МЕЗОПЛАНИРОВАНИЯ

Хмельницкий А.Д., Хмельницкая С.А.

(д.э.н., профессор Хмельницкий А.Д., к.э.н., доцент Хмельницкая С.А. Московский автомобильно-дорожный государственный технический университет. Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации (Высшая школа корпоративного управления).

В основу стратегии мезопланирования положены приоритеты, цели и задачи государственного управления межотраслевыми и отраслевыми комп-лексами на уровне субъектов РФ, регионов, городов на долгосрочный период и разработка прогнозов и целевых государственных программ. Декомпозиция прогнозов и целевых государственных целевых программ субъектов РФ и городов осуществляется на уровень муниципальных образований с учетом специфики функционирования хозяйствующих субъектов соответствующих отраслевых комплексов.

Уровни системы индикативного транспортного планирования:

1. Макропланирование основано на системе индикаторов федерального уровня разработки отраслевых управленческих решений.

2. Мезопланирование - планирование социально-экономического развития транспортного комплекса регионов и городов.

3. Микропланирование отражается и реализуется через индикативные планы и инвестиционные проекты хозяйствующих субъектов транспортного бизнеса.

Транспортное мезопланирование включает:

- Временные горизонты разработки управленческих решений (Генеральных планов социально-экономического развития регионов и городов):

- долгосрочное (стратегическое планирование - св.3 лет);
- среднесрочное планирование (1-3 года);
- краткосрочное (тактическое) планирование (до 1года).

- Объекты плановых транспортных разработок:

- регион (субъект Федерации);
- город (мегаполис);
- муниципальные районы (округа).

- Виды транспорта:

- общественный наземный пассажирский автомобильный и электрический транспорт;
- железнодорожный транспорт (магистральное и пригородное сообщение);
- метрополитен;
- грузовой автомобильный транспорт;
- легкой автотранспорт (такси).

- Архитектонику транспортной сети города (региона, города).

- Крупные объекты грузогенерации и грузопоглощения.

- Объекты транспортно-логистической инфраструктуры (распределительные центры, транспортно-логистические комплексы, оптово-розничная сеть).

- Хозяйствующие субъекты разных форм собственности и организационно-правовых форм управления.

Научные исследования по транспортному мезопланированию включают разработку:

- новых форм и регламентов статистического наблюдения для построения статистики грузовой базы предприятий и корреспонденции основных транспортных потоков;

- системы ведения транспортно-экономического баланса, системы расчета показателей транспортной доступности территорий, системы прогнозирования объемов перевозок грузов и пассажирооборота;

- рыночных моделей функционирования общественного наземного пассажирского транспорта;

- модели функционирования транспортно-пересадочных узлов;

- моделей формирования транспортно-логистических кластеров;

- механизмов государственно-частного партнерства в системе транспортного обслуживания экономики и населения городов и регионов.

В крупных городских агломерациях предлагается создать центры территориально-транспортного планирования, одной из основных задач которых должна стать задача создания системы регулярных обследований для сбора надежных и представительных данных по ключевым параметрам, необходимым для стратегического транспортного мезопланирования:

- транспортная емкость валового регионального продукта;
- объемы грузопотоков (внешних и внутренних), их распределение и динамика, коммерческая скорость, партионность;
- топология центров грузогенерации, грузопереработки и грузопоглощения;
- натуральные и стоимостные параметры использования транспортных ресурсов;
- транспортная подвижность населения с распределением на поездки общественным транспортом и поездки на легковых автомобилях;
- средние затраты времени на городскую поездку (по типам поездок, периодам суток, дням недели, сезонам года);
- суммарный пробег автомобилей на улично-дорожной сети города как макропоказатель загрузки сети;
- инвентарные показатели (протяженность путей сообщения, характеристики их топологической связности);
- потребительские показатели (тарифная обоснованность, удовлетворенность населения транспортным обслуживанием).

Важнейшим интегральным макропоказателем в практике транспортного планирования должен стать баланс между функциональной нагрузкой (плотность, этажность и назначение застройки, плотность и уровень автомобилизации населения) и транспортным ресурсом территории (доля территории, занимаемая улично-дорожной сетью и сетями наземного общественного транспорта, пропускная способность улично-дорожной сети, провозные возможности систем транспорта общего пользования).

Важнейшим научно-прикладным инструментом сбалансированного развития транспортной системы является разработка региональных транспортно-экономических балансов на основе реализации модели межотраслевого баланса. Переход России на рельсы рыночной экономики сопровождался ликвидацией системы централизованного планирования и соответственно информационной базы построения межотраслевых балансов. Следует отметить, что большинство ведущих экономических держав рыночной экономики разрабатывают межотраслевые балансы и на их основе транспортно-экономические балансы.

Транспортно-экономический баланс - это инструмент, который необходимо использовать органам исполнительной власти для разработки государственных целевых программ, так и бизнесу, который ориентируется на спрос, предложение и выгоду. Инструментарий транспортно-экономического баланса открывает существенные возможности для бизнеса. На его основе предлагается создать систему транспортного мезопланирования, которая позволит определить, какие проекты необходимо реализовать в первую очередь, предложить участникам рынка наиболее эффективные схемы экономических связей. В настоящее время разработка и реализация транспортно-экономических балансов сдерживается отсутствием практического инструментария и неразвитостью информационного обеспечения разработки управленческих решений по большинству видов транспорта, кроме магистрального железнодорожного транспорта. Инновационное развитие российской экономики в условиях глобализации, усиливающейся конкуренции уже в скором времени потребует изменения ситуации, особенно на уровне регионов и мегаполисов.

В последние годы при разработке стратегии социально-экономического развития крупных регионов высокую значимость приобретает использование кластерного подхода. Транспортно-логистический кластер - это добровольное объединение предпринимательских структур, специализирующихся на перевозке грузов, хранении и грузопереработке, транспортно-экспедиционном, логистическом обслуживании и управлении товаро-материальными, финансовыми, информационными и др. сопутствующими потоками с целью повышения конкурентоспособности на рынке транспортно-логистических услуг. Создание кластеров основано на следующих основных принципах:

- формирование единого информационного, организационно-экономического, производственно-технологического, кадрового и нормативно-правового пространства;
- формирование сети опорных терминально-логистических центров, обеспечивающих оптимальное

перераспределение и регулирование внутренних и внешних грузопотоков кластера.

- совершенствование производственных и логистических бизнес-процессов и технологий на основе инноваций;
- согласование экономических интересов и принципов интегрированного взаимодействия участников и партнеров кластера с компанией или группой компаний – лидеров, формирующих ядро кластера;
- формирование общей стратегии и коммерческой политики в сфере внешнеэкономической деятельности;
- применение механизма государственно-частного партнерства в реализации инвестиционных проектов.

В последние годы особую остроту приобрела проблема снижения транспортной нагрузки на улично-дорожную сеть крупных городов в связи с высокими темпами автомобилизации населения при низкой плотности дорожной сети. Решение этой задачи для мегаполисов осуществляется как в сфере развития дорожно-транспортной инфраструктуры, что потребовало привлечения значительных инвестиций на основе использования механизма государственно-частного партнерства.

Существенное влияние на уровень транспортной нагрузки и экологию в городах оказывает грузовой автотранспорт, что вызвало необходимость разработки управленческих решений по усилению администрирования грузовых потоков, особенно транзитного сообщения.

Введение грузового каркаса представляет собой круглосуточное ограничение движения грузовых автомобилей с определенной разрешенной максимальной массой по улично-дорожной сети районов города, чувствительных к высокой интенсивности движения грузового транспорта. Это ограничение будет реализовано посредством установки комплектов технических средств организации дорожного движения. Движение грузовых автомобилей по улицам, не входящим в грузовой каркас, возможно только для целей обслуживания предприятий или граждан, находящихся в зоне за пределами грузового каркаса. Ключевая цель проекта: защита жителей спальных районов от шума и вредных выбросов от грузового автотранспорта, который на данный момент передвигается транзитом по небольшим улицам районного значения. Также негативное воздействие грузовиков будет снижено на улицах с объектами социальной инфраструктуры (больницы, школы и т.д.). В перечень улиц грузового каркаса войдут крупные магистральные улицы с высокой пропускной способностью, проходящие в удалении от жилых домов. При этом транзитное (сквозное) движение по улицам, не входящим в грузовой каркас, будет запрещено. Проект «грузового каркаса» был успешно реализован в Восточном административном округе города Москвы осенью 2014 года. Замеры Мосэкомониторинга в жилых районах ВАО показали ощутимый результат: сокращение концентрации мелкодисперсных взвешенных частиц и оксида азота до 25% и снижение уровня шума до 10%.

Развитие систем мониторинга движения грузовых автомобилей включает создание автоматизированной системы «Навигационно-информационный центр администрирования грузового автомобильного транспорта в городе Москве». Эта система предназначена для обеспечения контроля над соблюдением регуляторных ограничений движения грузового автотранспорта, действующих на территории города Москвы, включая правила движения по грузовому каркасу.

ОЦЕНКА СОСТОЯНИЯ АПК РЕСПУБЛИКИ КАЗАХСТАН НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ РАЗВИТИЯ

Ченгельбаев Ж.М.

Магистрант Университета Нархоз, Международная бизнес школа, г. Алматы (Казахстан)

Республика Казахстан была и в настоящее время является страной с преобладанием аграрного сектора экономики. На долю АПК приходится наибольшее число занятого населения страны, чем в других отраслях экономики. На современном этапе Республика Казахстан вышел на тот уровень развития сельского хозяйства, когда в мировой экономике происходит замедление темпов развития экономик большинства стран ориентированных на экспорт сырья. Значение и роль АПК, как драйвера экономики имеет колоссальное значение и влияние для всех отраслей экономики РК. Около 30% производственно-хозяйственной деятельности в стране приходится на АПК. Из сельскохозяйственного сырья в конечном итоге производится примерно 70% всего набора производимых в стране предметов потребления [4].

За последние годы в Республике Казахстан наметилась тенденция в положительную сторону. Динамика развития этой отрасли, усиливается за счет роста внутреннего потребления, Агропромышленный комплекс Республики Казахстан не в состоянии удовлетворить растущую потребность населения в повседневных продукциях, не имея в виду даже рынки соседних государств. Учитывая тот факт, что Казахстан находится в сердце Евразийского континента и граничит с такими странами, как Китай, Россия и, находясь в непосредственной близости со странами персидского залива и тем самым совершенствуя дальнейшее развитие транспортно - логистической системы экспортировать продукцию АПК хотя бы в эти страны.

На сегодня Республика Казахстан помимо транспортно логистической системы имеет ряд преимуществ такого характера как, огромные пастбища залежи целинных земель, для выращивания пшеницы различных сортов, включая твердые сорта, пользующиеся большим спросом на мировом рынке. В РК развито в основном традиционное скотоводство, ориентированное в основном на свободном выпасе скота которая в свою очередь дает низкую себестоимость и экологичность конечной продукции.

Но, несмотря на, развитие Агропромышленного сектора, подавляющее большинство продукции составляет не конечная готовая продукция, а не переработанное сырье из-за отсутствия перерабатывающей промышленности. И это является одним из основных причин неконкурентоспособности продукции АПК не только на внутреннем рынке, но и на рынках соседних стран, а незначительная часть готовой продукции не может составить конкуренцию в ценовом сегменте, хотя по качеству не уступает зарубежным аналогам произведенных в Кыргызстане, Беларуси и в России.

Аграрный сектор в Республике Казахстан характеризуется высокой капиталоемкостью, длительности по срокам окупаемости, низкой прибыльностью на первоначальном этапе производства и нежеланием банков второго уровня кредитовать на долгосрочную перспективу эту отрасль экономики связанную с большими рисками. И тем самым Агропромышленный комплекс был лишен внимания со стороны крупных инвесторов, такая ранее упущенная возможность дает о себе знать в свете вступления РК во Всемирную торговую организацию. В современном мире возникают все новые вызовы, одним из них является продовольственная безопасность страны. Имея колоссальные преимущества по производству и переработке собственного сырья казахстанские производители, не в состоянии найти свою нишу в условиях жесткой конкуренции внутри страны не говоря уже о соседних государствах.

На данное время активно наверстывается субсидирование со стороны государства и льготное кредитование по линии фонда «Даму» с тем, чтобы дать новый импульс для дальнейшего развития АПК. Так как ближайшее время гарантированный объем государственной поддержки, рекомендуемый ВТО не должно превышать 10% от валовой прибыли отрасли, чтобы и зарубежные производители имели равные конкурентные условия с отечественными производителями сельхозпродукции внутри Республики Казахстан.

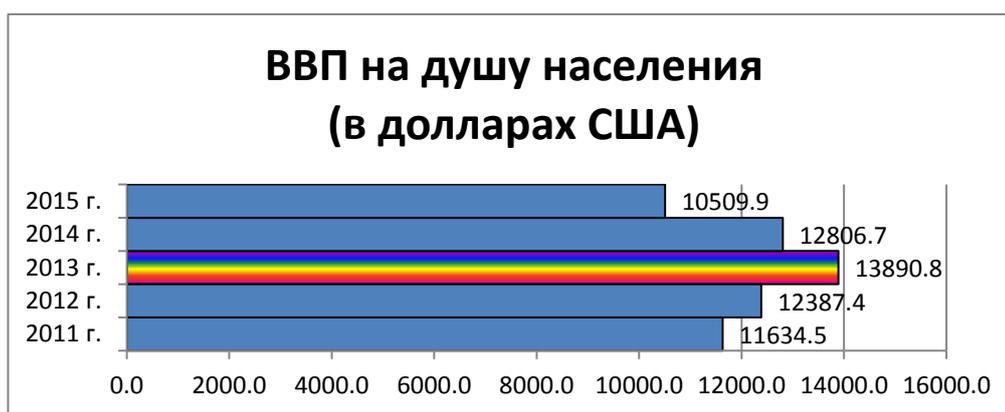


Рисунок 1

Источник: Комитет РК по статистике

По прогнозам экспертов в ближайшей перспективе структура экономики будет считаться оптимальной, если доля АПК составит 10-11% от ВВП Республики Казахстан. К концу 2016 года оно прогнозируется на уровне 3,5% от уровня ВВП.

В связи с этим важно экономически и технически укреплять сельскохозяйственное производство, обеспечивать равноправие форм собственности. Однако вклад сельского хозяйства в ВВП страны все еще крайне низок. В соответствии с рисунком 2, в сельском хозяйстве создается около 5% ВВП, в то же время на этот сектор приходится самая высокая доля занятых [3].



Рисунок 2

Источник: Комитет РК по статистике

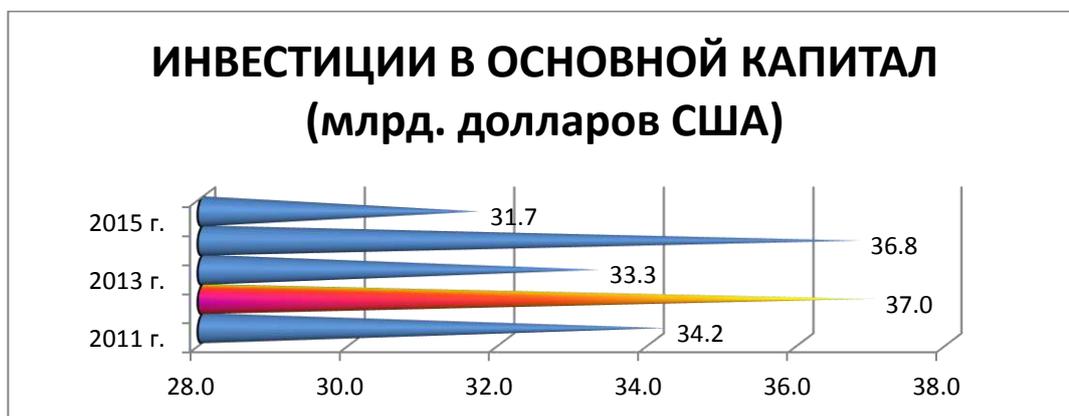


Рисунок 3

Источник: Комитет РК по статистике

Основная проблема АПК заключается в низком уровне государственной поддержки. Например, в Беларуси уровень господдержки составляет 17% от ВВП сельского хозяйства, в России – 7%, а в Казахстане не превышает пяти. При этом на производство единицы продукции в Казахстане затраты в 3 раза выше, чем в странах Европы. [3]

Правительством утверждена масштабная программа «Агробизнес 2020» по развитию АПК в Республике Казахстан на 2013 по 2020 годы. Общие расходы государственной поддержки составит 3 122,2 млрд. тенге;

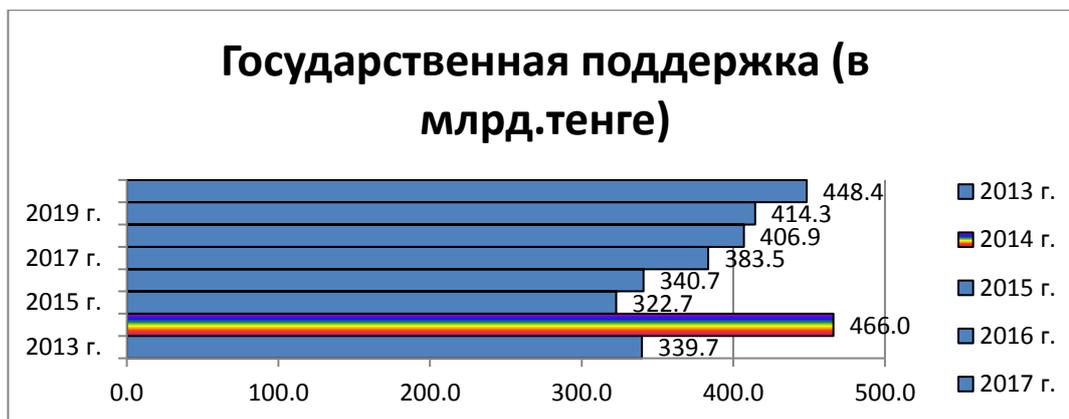


Рисунок 4. Программа «Агробизнес 2020»

Одной из составляющих сельскохозяйственной деятельности является растениеводство, Более 70 % посевных площадей приходится на зерновые культуры, при этом доля пшеницы составляет 80%. При этом внутренний рынок не полностью обеспечивается такими видами культур как рожь и гречневая крупа и в основном импортируется из России. Низкая технология возделывания и высокая зависимость от природно-климатических условий из-за резко-континентального климата и низкой орашаемостью посевных площадей. Все эти факторы сказываются на урожайности и себестоимости продукции. В 2011 году возникли проблемы по хранению зерна в элеваторах из-за небывалого урожая. Хотя казахстанское зерно пользуется особым спросом на рынках соседних стран как Узбекистан, Иран, Афганистан. Помимо этого не налажено транспортно-логистическая система.

Около 80% составляет доля переработанного сырья, что создает предпосылки закупа продукции по сниженным ценам и доля прибыли оседает в карманах посреднических компании. Казахстанскому сельскому хозяйству необходимо государственная поддержка в виде льготного кредитования и субсидирования крестьянских хозяйств. Одновременно развивая отрасль экономики по переработке сельскохозяйственного сырья до готового конечного продукта. Тем самым решиться задача по сбыту сельскохозяйственного сырья отечественных фермерских хозяйств. Переработка мяса, молока, шерсти, шкуры, зерновых культур сыграло бы огромную роль для развития экспорта продукции с высокой добавленной стоимостью. При этом казахстанским производителям продукции на внутреннем рынке трудно конкурировать в ценовом сегменте с зарубежными аналогами, хотя по качеству не уступают. Помимо этого казахстанская продукция уступает и по ассортименту производимой продукции. Ключевой проблемой является низкая производительность, высокие затраты на себестоимость из-за слабой оснащенности оборудованием и сельскохозяйственной техникой. Изучение мировой практики показывает, стандартизированная продукция отвечающий необходимым требованиям по качеству и безопасности продукции всегда пользовалось высоким спросом на мировом рынке и повсеместное внедрение стандартов ИСО и ХАССП на предприятиях это необходимость в рамках ВТО.[2]

В целом инфраструктура перерабатывающей промышленности отстает от того видения современного рыночного отношения в виду того, что необработанная шерсть и шкура КРС и МРС экспортируется в Китай по смехотворной цене, а это упущенная возможность для перерабатывающего сектора экономики страны.

На сегодня уровень производства достиг того апогея, чтобы наладить переработку экспортируемой продукции отвечающий мировым стандартам. В стране наметилась кризис перепроизводства из-за высокой конкуренции на внутреннем рынке, емкость рынка незначительная к тому же в РК поставляется мясо с низкой себестоимостью из Аргентины, России, Польши. Такая же ситуация наблюдается на рынке молочной продукции с присутствием белорусских и российских производителей. Это объясняется в большинстве случаев отсутствием в отличие от этих стран входящих в рамки таможенного союза интенсивности ведения хозяйства. Если раньше до вхождения РК в ЕАЭС с реализацией продукции на внутреннем рынке не было проблем, то сейчас в рамках Таможенного союза, не говоря уже о ВТО казахстанские производители сталкиваются с высокой конкуренцией внутри страны за сбыт продукции. И на фоне мирового кризиса сопровождающегося снижением макроэкономических показателей встает стратегическая задача по преодолению новых вызовов для экономики РК. Наблюдается тенденция отставания темпов производства от

темпов увеличения импорта продовольствия, тем самым происходит подавления роста производства, что приведет к спаду отрасли экономики. БВУ в основном финансируют сферу торговли и услуг, тем самым поощряя импорт продукции из-за границы. Это катастрофическая ситуация для экономики страны и если не предпринять ряд мер по финансированию реального сектора экономики, то реанимировать сельское хозяйство будет очень сложно и болезненно.

Решению задач должны предшествовать ряд мер по повышению конкурентоспособности отечественных сельхозпроизводителей;

- наращивание поголовья животноводства и увеличение посевных площадей за счет субсидирования и льготного кредитования субъектов сельского хозяйства;

- в отрасли животноводства ориентироваться на производства мяса и молока за счет увеличения племенного скотоводства;

- усиление требования к ветеринарной службе и защиты растения с целью недопущения распространения особо опасных зоонозных инфекции и вредителей растения;

- повышение экспортного потенциала возможно при условии модернизации производства за счет введения новых технологий и оборудования;

- совершенствовать и активно развивать транспортно-логистическую систему в масштабе не только внутри страны, но в рамках таможенного союза выходом в западную Европу, Китай и страны Персидского залива, тем самым создав предпосылки для экспорта сельхозпродукции не только Республики Казахстан, но и стран ЕАЭС;

- реализация экспортного потенциала АПК возможно благодаря четкой ориентации регионов страны по видам деятельности присущим для данного региона с созданием единой консолидирующей транспортно-логистической структурой для последующего экспорта продукции;

Наличие огромных пастбищных угодий, которые составляют 187 млн. кв.км. и огромные посевные площади наряду с благоприятными климатическими условиями некоторых регионов, дает конкурентное преимущество в целом для сельскохозяйственной отрасли в виде натуральности продукции. По подсчетам специалистов экспортные возможности в ближайшей перспективе, например по мясной продукции не только не уступит, но и превзойдут экспорт зерна, в рейтинге крупнейших стран экспортеров пшеницы Казахстан занимает 7 место с показателем объема 8 млн. тонн по данным USDA от 8 ноября 2013 года. Касательно рынков сбыта, то только сегодня Россия ежегодно завозит около 1.7 млн. тонн мяса на общую сумму 3,5 млрд. долларов США.[1]

В заключении необходимо отметить, что ряд конкурентных преимуществ, которым обладает казахстанский агропромышленный комплекс, может послужить локомотивом развития для всей экономики страны с последующей интеграцией в мировую экономику.

Список литературы

1. Ахметова К. А. Продовольственная безопасность: состояние, проблемы, пути решения // Проблемы современной экономики. - 2012 - №2 (30). - С.21-26.
2. Кинеев М.А., Сансызбай А.Р. Состояние и стратегия развития животноводства на научной основе. // Вестник сельскохозяйственной науки Казахстана. - Алматы: Бастау, 2013. - №4. - с.45.
3. А. Куришбаев. Только стратегическое развитие аграрной науки позволит Казахстану создать свою «Продовольственную долину» // Проблемы современной экономики. - Алматы, - 2014. - №3. - 145 с.
4. Нурмаганбетов К.Р., Нурмаганбетов К.К. Основные приоритеты развития агропромышленного комплекса Казахстана // Вестник Науки Казахского агротехнического университета им. С. Сейфуллина. – Астана. - 2011. – № 2(73). – С. 26.
5. Сулейменов Ж.Ж. Управление аграрным сектором Казахстана в условиях рыночной экономики. - Алматы: Бастау, 2011. - С.20.
6. Источник Комитет РК по статистике: Основные показатели социально-экономического развития отдельных стран Содружества.
7. Программа по развитию агропромышленного комплекса в Республике Казахстан на 2013-2020 годы «Агробизнес – 2020», Астана, 2012 г.

ФИНАНСОВОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ИНТЕГРАЦИОННЫХ ПРОЦЕССОВ: ПЛАН НАДЕЛЕНИЯ СОТРУДНИКОВ АКЦИОНЕРНЫМ КАПИТАЛОМ

Шаронин П.Н.

Московский политехнический университет

Современный этап развития экономики характеризуют качественные изменения, происходящие под влиянием учащения кризисных явлений, глобализации, неравномерности развития, а также обострения конкурентной борьбы как на уровне стран и регионов, так и между отдельными экономическими субъектами.

Данные изменения, негативно сказываются на деятельности предпринимательских структур. Организации вынуждены изыскивать возможности повышения конкурентоспособности своей продукции (услуг), путем сокращения издержек, уменьшения рабочих мест, отказа от премий и различных социальных выплат, тем более усложняется поиск капитала, с целью модернизации производства. Все это отрицательно сказывается и на работоспособности и эффективности деятельности сотрудников различных организаций. Отсутствие уверенности в завтрашнем дне, падение мотивации и непонимание причастности своей «индивидуальной» деятельности к общему экономическому результату предпринимательской структуры приводит к негативным последствиям.

Рассматривая известные на сегодняшний день модель корпоративного управления, следует отметить, к примеру, что «Континентальная» модель корпоративного менеджмента, так называемая «Рейнская модель социального партнерства» базируется на положениях социального взаимодействия [1]. Данное положение нацелено на формирование равновесия интересов участников, таких как акционеры, менеджмент различного уровня, поставщики, потребители продукции и т.д., напрямую заинтересованных в успешной экономической деятельности предпринимательской структуры.

Согласно системной парадигме Я. Корнаи и принципами Г. Клейнера, предпринимательской структуре необходимо чувствовать «ответственность по отношению ко всем внутренним и внешним участникам производства и стейкхолдерам, опасаться принятия решений, нарушающих права сотрудников, потребителей, акционеров» [3].

Однако, можно констатировать тот факт, на сегодняшний день главной прерогативой предпринимательства является только благополучие владельцев капитала.

Таким образом, одним из серьезных вопросов для отечественных предпринимательских структур медиаиндустрии является правильность выбора существующей на сегодняшний день системы организации собственности и управления производством [5].

В сложившейся практике менеджмента следует отметить использование привилегий совмещения интересов объекта управления как собственника и как исполнителя, при котором интересы собственника преобладают над интересами исполнителя, что в свою очередь, осуществляется с помощью привлечения сотрудников к собственности на основе принципов ЭСОП (Employee Stock Ownership Plans (ESOP's)) – плана наделяния сотрудников акционерным капиталом [2]. Впервые данный план создания акционерной собственности сотрудников был разработан американским юристконсультантом Луисом Орта Келсо и заключался в методике финансирования, позволяющей сотрудникам приобрести организацию, в которой они трудятся, используя доходы данной организации.

Данный финансовый механизм, обеспечивает сотрудникам предпринимательских структур медиаиндустрии возможность стать их собственниками, не располагая несопоставимыми с их зарплатами суммами денег, необходимыми для прямого выкупа предпринимательской структуры.

На современном этапе развития экономики одним из главных факторов обеспечения высокого уровня конкурентоспособности являются частнособственнические стимулы, т.е. право собственности и управление ею.

Внедряя данный механизм в деятельность конкретной предпринимательской структуры медиаиндустрии, формируется новый импульс развития данной организации, за счет одновременного решения вопросов инвестиций и финансирования, а также стимулирования деятельности всех сотрудников данной структуры. Таким образом, данный элемент мотивации определяет новое видение сотрудников не как наемных рабочих, а как собственников данной структуры. Формируется новый взгляд на бизнес, появляется возможность для полного раскрытия потенциала сотрудников, а также изыскания необходимых

резервов в рамках каждого «рабочего места». Сотрудники начинают искать новые варианты и механизмы для наиболее оптимального осуществления экономической деятельности «на местах», что в конечном итоге приводит повышению экономической эффективности деятельности всей предпринимательской структуры. Появляется качественный толчок для реализации стратегии развития предпринимательской структуры, путем реализации индивидуальной миссии каждого сотрудника.

План создания акционерной собственности сотрудников, или ЭСОП позволяет использовать получаемый кредит для финансирования роста корпорации и приобретения активов, а ее сотрудникам как естественным акционерам предпринимательской структуры – для покупки ее акций за счет дохода от приобретенного нового капитала, а не заработной платы, как это сложилось исторически [6].

Однако, на сегодняшний день только правительство страны располагает властными полномочиями, позволяющими повышать привлекательность данного метода финансирования капитала. Используя эти возможности, они будут выполнять свою функциональную и конституционную обязанность – обеспечить каждому гражданину экономическую самостоятельность и способность зарабатывать доход, необходимый для поддержания на протяжении его жизни разумного уровня благосостояния.

Современная практика показывает, что предпринимательских структур, в той или иной форме принадлежащих их сотрудникам, повсеместно становится все больше. И Россия не может стоять в стороне от этого прогрессивного общественно-экономического явления [4].

Приобщение сотрудников к участию в собственности предпринимательских структур на практике оказывает влияние на рост экономических показателей. Анализ экономических субъектов, внедривших план акционерной собственности сотрудников, показал следующие результаты [30, с. 49]:

- увеличение темпов роста производительности труда на 7,5%;
- повышение нормы прибыли на 40%;
- рост уровня качества продукции на 30%.

Можно выделить причины, побуждающие сотрудников-акционеров, доверяющих своему управленческому составу, голосовать за направление средств на устойчивое развитие деятельности структуры и её техническое обновление:

- формирование и поощрение новейшего инновационного производства обуславливает подъем конкурентоспособности продукции как на отечественных, так и иностранных рынках сбыта, и соответственно, обеспечит наличие рабочих мест на будущее;
- инвестиции в усовершенствование и наращивание производственных мощностей обуславливает рост основного капитала предпринимательской структуры и, соответственно, увеличивается стоимость ценных бумаг предпринимательской структуры, владельцами которых являются ее сотрудники. Индексация стоимости акций в соответствии со стоимостью основного капитала осуществляется 1 раз в три месяца, вследствие чего, происходит увеличение выкупной стоимости акций, которые предпринимательская структура будет выкупать у сотрудника при увольнении или выходе на пенсию.

Следовательно, в ПССР обнаружена реальная возможность разрешения задачи привлечения инвестиций, необходимых для осуществления инновационного обновления производственных мощностей и реализации процесса саморазвития медиахолдинга в современных условиях за счет собственных средств.

Сегодня в России предлагаются различные методы возрождения экономики, но теоретический анализ и практический опыт свидетельствуют о том, что наиболее эффективное хозяйствование там, где обеспечивается максимальное интегрирование собственности, труда и управления.

Список литературы

1. Иванова, Е. А. Развитие корпоративного управления в промышленности России: теория, методология, практика: дис. ... д-ра эконом. наук: 08.00.05 / Иванова Елена Александровна. – М., 2012. – 333 с.
2. Келсо, Л.О. Демократия и экономическая власть / Л.О. Келсо, П.Х. Келсо – Институт Келсо по изучению экономических систем. – 2007. – 268 с.
3. Корнай, Я. Системная парадигма / Я. Корнай // Вопросы экономики, 2002, № 4. – С. 4–22.
4. Терновая, О.А. Правовое регулирование деятельности акционерных обществ работников (народных предприятий) в России и за рубежом: дис. ... канд. юр. наук: 12.00.03 / Терновая Ольга Анатольевна. – М., 2004. – 151 с.
5. Шаронин, П.Н. Управление интеграционными процессами в медиаиндустрии как фактор

повышения конкурентоспособности современных организаций: монография / П.Н. Шаронин. – М.: Буки Веди, 2013. – 288 с.

6. Kelso, Louis O., and Patricia Hetter Kelso. Democracy and Economic Power: Extending the ESOP Revolution Through Binary Economics. Lanham, MD: University Press of America, 1991. – p. 278.

КОНЦЕПЦИИ ФИНАНСОВОГО МЕНЕДЖМЕНТА ЧЕРЕЗ ПРИЗМУ СФЕРЫ НЕДВИЖИМОСТИ

Шевцов В. В., Можегова В. Д.

Кубанский государственный аграрный университет имени И. Т. Трубилина, г. Краснодар

Отличительной чертой деятельности в сфере недвижимости является ее высокая рискованность. Рынок недвижимости напрямую зависит от множества факторов макроэкономического характера: политической и экономической стабильности в государстве, колебаний валюты, уровня инфляции, изменений в законодательстве, доверия кредиторов и инвесторов к финансовой системе, поскольку большая часть сделок с недвижимостью происходит сегодня с помощью ипотечного кредитования граждан и др.[1].

В настоящее время происходит возрастание значимости финансового менеджмента в сфере недвижимости, которое предопределяется, прежде всего:

- увеличением влияния процессов финансовой глобализации;
- расширением масштабов финансовой деятельности;
- ростом конкуренции на рынке услуг и повышением уровня мировых стандартов в этой сфере;
- универсализацией деятельности финансовых институтов;
- возникновением новых видов рисков, увеличением степени их взаимосвязанности;
- широким применением новых информационных, финансовых и коммуникационных технологий

[3].

Данные факторы влияют на поиск новых путей развития в риелторском бизнесе: расширение перечня видов услуг, улучшение качества оказываемых клиентам услуг, применение интеллектуальных информационных технологий, оптимизация технологии управления финансовыми и информационными ресурсами.

Значительная роль в росте эффективности данного вида бизнеса принадлежит использованию современных концепций финансового и инвестиционного менеджмента, формирующих основу для принятия решений в этой сфере бизнеса.

Так, например, концепция временной ценности базируется на том, что денежная единица в настоящем и будущем времени неравноценны, что определяется 3 основными причинами:

- влияние инфляционных процессов;
- риск неполучения ожидаемой суммы;
- оборачиваемость.

Инфляция, т.е. повышение общего уровня цен на разные услуги и товары, стимулирует инвестиционный процесс. Так, происходит инвестирование денежных средств в наиболее ликвидные активы: акции, ценные бумаги, золото и недвижимость. Например, цены на недвижимость стабильно растут, даже несмотря на кризисные периоды.

Риск неполучения ожидаемой суммы очевиден. У договора, согласно которому ожидается поступление денежных средств в будущем, существует высокая вероятность быть неисполненным или исполненным частично.

Оборачиваемость состоит в том, что денежные средства с течением времени должны генерировать доход, например, арендная плата за недвижимость. Так как решения финансового характера предполагают учет, сравнение и анализ денежных потоков в разные периоды времени, концепция временной ценности денег для финансового менеджера в сфере недвижимости имеет особое значение.

Суть концепции компромисса между риском и доходностью в бизнесе, связанном с недвижимостью, заключается в том, что получение дохода всегда связано с риском. Связь между данными параметрами прямо пропорциональная: чем выше предполагаемая доходность, т.е. отдача на вложенный капитал, тем выше степень риска. Именно этим можно объяснить тот факт, что стоимость жилья на этапе строительства

ниже цены готового жилья, поскольку есть риск того, что дом не будет достроен или введен в эксплуатацию. Чем ближе этап строительства к завершению, тем выше становится его цена [2].

Если рассматривать концепцию компромисса между риском и доходностью в разрезе ипотечного кредитования, то чем больший пакет документов собирает заемщик с подтверждением официальных доходов например из налоговой службы, тем больше у него шансов получить заём под низкий процент, так как в этом случае банк минимизирует свои риски.

Суть концепции стоимости капитала заключается в том, что обслуживание какого-либо источника для компании может быть разным. У любого источника финансирования – своя стоимость [2].

Концепция структуры капитала определяет механизм влияния избранного предприятием соотношения собственного и заемного капитала на показатель его рыночной стоимости. При условии, что финансирование деятельности компании за счет средств заемного капитала наиболее выгодно, то владельцы акций отдадут предпочтение продаже своих акций финансово независимой компании, для того чтобы использовать их на покупку акций и облигаций финансово зависимой компании. При обратной ситуации, когда финансирование компании более выгодно при использовании собственного капитала, акционеры финансово зависимой компании осуществят продажу своих акций и покупку акций финансово независимой компании.

Концепция эффективности рынка базируется на следующем: любая новая информация в условиях эффективного рынка незамедлительно сказывается на ценах на акции и другие ценные бумаги [3].

Так, например, практически невозможно создать искусственный спрос на недвижимость, объясняя это сокращением предложения, поскольку большинству участников рынка известна тенденция роста объемов ввода жилья в Российской Федерации за последние два десятилетия [4].

Концепция эффективности рынка капитала тесно связана с концепцией асимметричной информации. Ее смысл заключается в том, что отдельный круг лиц на рынке недвижимости может владеть информацией, которая недоступна в равной мере остальным участникам рынка. В качестве носителей конфиденциальной информации могут выступать топ-менеджеры и отдельные владельцы компаний. Данная информация может быть ими использована различными способами в зависимости от эффекта, который произойдет после ее обнародования [7].

В некоторой степени асимметричность информации может способствовать и существованию самого рынка капитала. Так, у каждого потенциального инвестора существует свое суждение о соответствии внутренней стоимости ценной бумаги и цены, которое базируется, прежде всего, на том убеждении, что именно он владеет информацией, которая недоступна для других участников рынка. При наличии большого числа участников рынка, которые придерживаются данного мнения, активнее происходят операции купли и продажи.

Концепция альтернативных затрат или затрат упущенных возможностей подразумевает, что в большинстве случаев принятие какого-либо решения финансового характера связано с отказом от альтернативного варианта [5]. Например, можно приобрести недвижимость за наличные средства, накопив их за определенный период времени, или с помощью ипотечного кредитования. В данном случае решение принимается с помощью анализа альтернативных затрат, которые, чаще всего, выражаются с помощью относительных показателей.

Концепция агентских отношений подразумевает, что деятельность менеджеров или агентов будет тогда направлена на реализацию главной цели управления финансами, когда она дополнительно будет стимулироваться их участием в прибыли и эффективно контролироваться собственниками. На финансовом рынке агентские отношения – это отношения между менеджерами и акционерами, а также между акционерами и кредиторами. Они возникают в тех случаях, когда принципалы (один или несколько индивидуумов), нанимают агентов для оказания услуг, а затем наделяют их полномочиями по принятию решений [1].

В большей степени приведенные концепции и теории ориентированы на тактические задачи финансового менеджмента, для которых характерен ряд отраслевых особенностей, создающих границы для их практической ценности в системе формирования управленческих решений при ведении риелторской деятельности:

- преобладание качественного характера описания процессов;
- применение в условиях равновесного состояния рынков положений концепций и теорий финансового и инвестиционного менеджмента;
- формирование выводов на основе усредненных оценок;

- отсутствие точных действий и правил формирования управленческих решений для конкретных задач финансового менеджмента.

Конкретное управленческое решение в сфере недвижимости должно приниматься в качестве обоснованного выбора на основе анализа альтернатив по достижению поставленных целей, в большей степени оно должно быть прогностической направленности, обусловленной необходимостью выявления устойчивых тенденций в существовании самой риелторской компании, анализа изменений состояния внешней среды, понимания и выставления прогнозных оценок финансовому состоянию его контрагентов и клиентов.

Оптимальное управление риелторской компанией невозможно без анализа прогнозных оценок, иначе изначально управление будет заведомо отстающим, ориентированным на принятие управленческих решений в соответствии с анализом отклонений фактических показателей от плановых; решения будут приниматься не на основе прогнозирования, а на основе оценки уже достигнутых результатов [2].

Необходимость использования современных информационных технологий, в том числе технологий интеллектуального анализа данных, в условиях динамично изменяющейся внешней среды предопределяет потребность формирования прогнозных оценок на основании связанных с риелторской деятельностью показателей, без которых невозможно обойтись при решении задач финансового менеджмента [6].

На основании вышеизложенного можно сделать вывод, что в современных рыночных условиях проблема повышения эффективности управления в риелторском бизнесе, и сфере недвижимости в целом, требует интеграции современных методов поиска решений задач, в том числе основанных на современных концепциях финансового и инвестиционного менеджмента.

Список литературы

1. Финансовый менеджмент: учебник / под ред. акад. Г.Б. Поляка. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2004. 527 с.
2. Галиаскаров Ф.М., Мозалев А.А., Сагатгареев Р.М. Теория финансового менеджмента: учеб. пос. М.: Вузовский учебник, 2008. 193 с.
3. Евсюков, В.В. Постулаты теории финансового менеджмента в управлении банковской деятельностью / В.В. Евсюков // РБК. - 2010. - №2-2.
4. Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.gks.ru>.
5. Шевцов В.В., Рытик А.А. Стратегии выхода российских предприятий на зарубежные рынки в современных условиях. Актуальные исследования гуманитарных, естественных и общественных наук: материалы VII Всероссийской с международным участием научно-практической конференции (Новосибирск, 27 июня 2016 г.). - Новосибирск: ООО «ЦСРНИ», 2016.- с.100 РИНЦ
6. Шевцов В.В., Назарова О.В. Эффективный бизнес и деловая культура Современная модель эффективного бизнеса: монография. Книга 15 / Ю.А. Безруких, А.В. Губенко, Т.Ю. Ксенофонтова и др. / Под общ. ред. С.С. Чернова. – Новосибирск: Издательство ЦРНС, 2016. – 198 с. ISBN 978-5-00068-666-9.
7. Шевцов В.В., Калитко С.А. Проблемы экономики и управления предприятиями, отраслями, комплексами. Под общей редакцией С.С. Чернова. Новосибирск, 2016. Том Книга 31.

СЕКЦИЯ №3.

ФИНАНСЫ, ДЕНЕЖНОЕ ОБРАЩЕНИЕ И КРЕДИТ (СПЕЦИАЛЬНОСТЬ 08.00.10)

ТЕНДЕНЦИИ И ПУТИ РАЗВИТИЯ РОССИЙСКОГО РЫНКА АКЦИЙ

Акинина В.П., Панина Д.Д.

Северо-Кавказский федеральный университет, г. Ставрополь

Аннотация: Статья освещает динамику рынка акций в Российской Федерации за последние несколько лет. Проводится анализ современного состояния рынка акций, а также рассматривается перспектива его

дальнейшего развития. В статье приведены и проанализированы данные с сайта НАУФОР, а также с сайтов рейтинговых агентств и Минфина России.

В современных условиях рынок ценных бумаг является основополагающим источником инвестиционных процессов в Российской Федерации. Ситуация на фондовом рынке неоднозначна и прогнозы на будущий период сделать весьма трудно.

Следует отметить, что крупнейшими сегментами фондового рынка являются рынок акций (20%) и рынок облигаций (70%), а ещё 10% фондового рынка приходится на прочие финансовые инструменты.[1]

Рынок акций является вторым по величине после рынка облигаций, но по популярности идет с ним наравне. Говоря о современном состоянии рынка акций в России, следует отметить, что в 2015 году наблюдались депрессивные настроения, в связи с сокращением количества эмитентов на 7%. В этой связи капитализация рынка акций уменьшилась почти на 2 млрд. руб. Эти изменения наблюдались еще с конца 2011 года, именно тогда началось сокращение количества российских эмитентов акций.[4]

В Российской экономике с 2014 года возникли кризисные явления в связи с осложнением внешнеполитических отношений. Напряженность сформировалась по причине включения Крыма в состав России, а также из-за событий на востоке Украины. В связи с этим обострились отношения с ЕС и США, поэтому приток зарубежных инвестиций значительно сократился.

В 2015 году внешний политический фон обострился военными действиями в Сирии. Тем не менее на макроэкономические показатели, в частности на объем ВВП, политические распри не повлияли, динамика с 2010-2015 год наглядно это демонстрирует (рисунок 1). Но в свою очередь, рынок ценных бумаг РФ на период 2014-2015 года приобрел стагнационный характер.

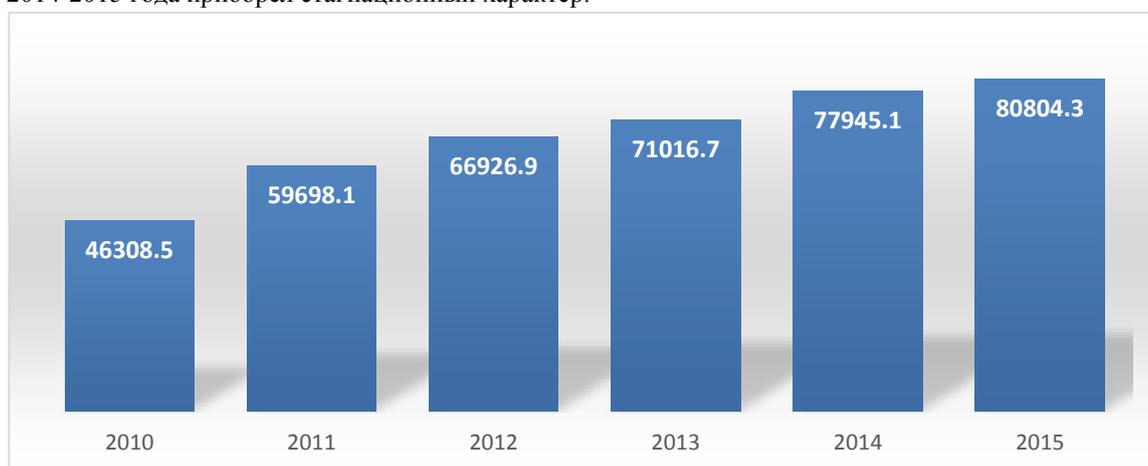


Рисунок 1 – Объем ВВП в РФ в текущих ценах, млрд. руб.

По итогам 2015 года, объем сделок с акциями на внутреннем биржевом рынке (не учитывая сделок с РЕПО и прочих размещений) составил 9,1 трлн. руб., что на 0,91% меньше предыдущего года. [4]

Как говорилось ранее, с каждым годом число эмитентов акций сокращается, на конец 2015 года их насчитывалось 251, что на 4 меньше, чем в 2014 году. Однако этот факт не повлиял на уровень капитализации (таблица 1).

Анализируя данные капитализации, можно сказать, что по сравнению с предыдущим годом ее уровень, наконец 2015 года, увеличился на 5 613,5 млрд. руб. или на 1,24%. Просматривается также положительная динамика отношения капитализации акций к ВВП. Так в 2015 году показатель увеличился на 10,7%. Причиной этому послужило не только увеличение капитализации, но и уменьшение ВВП в постоянных ценах (2008 год) на 3,8%.[4]

Таблица 1 – Капитализация рынка акций российских эмитентов

Показатели	2014	2015
Группа «Московская биржа», млрд. руб.	23155,6	28769,1
ВВП в постоянных ценах, млрд. руб.	63049,2	60687,1
Капитализация / ВВП, в %	36,7	47,4

Особенность российского рынка акций в том, что он отличается высокой концентрацией капитализации. Для более наглядного примера рассмотрим наиболее капитализированных российских эмитентов по итогам 2015 года (таблица 2). [4]

Таблица 2 – Рейтинг наиболее капитализированных эмитентов в РФ за 2015 год

№	Эмитент	Капитализация млрд. долл.	Доля в общем объеме капитализации, %
1	ПАО «Газпром»	44,5	11,2
2	ПАО «НК «Роснефть»	37,4	9,4
3	ПАО «Сбербанк России»	31,2	7,9
4	ПАО «НК «ЛУКОЙЛ»	27,6	7,0
5	ПАО «НОВАТЭК»	24,9	6,3
6	ПАО «Сургутнефтегаз»	21,5	5,4
7	ПАО «ГМК «Норильский никель»	20,0	5,0
8	ПАО «Магнит»	14,5	3,7
9	ПАО «Банк ВТБ»	14,2	3,6
10	ПАО «Газпром нефть»	10,0	2,5
	Итого		62,0
	Общая капитализация ММВБ	396,8	100,00

В таблице 2 представлен список из десяти наиболее популярных по капитализации российских эмитентов. Сравнивая данные с предыдущим годом можно отметить смену позиций ПАО «Сбербанк» с шестого места на третье, что свидетельствует о большом увеличении оборачиваемости акций данного эмитента на биржевом рынке. Лидирующая позиция в списке эмитентов неизменно остается за ПАО «Газпром». Данные акционерные общества за последние пять лет остаются в естественной рыночной волатильности, т. е. цена практически не изменяется или варьируется на небольшой процент в плюс или минус. Однако, доля ПАО «Газпром» уменьшается и в 2015 году показала наиболее низкий процент за предыдущие пять лет.

Тем не менее, российский рынок акций является наиболее отстающим от мировых рынков. Он уступает не только таким финансовым центрам, как Китай и США, но и фондовым рынкам Бразилии, Малайзии и т.д. Показатели капитализации за прошедшие несколько лет далеки от планов Правительства РФ и не совпадают со Стратегией развития финансового рынка Российской Федерации на период до 2020 года.

Период, продолжительностью в 5 лет, показал нам падение показателей рынка акций: снижение объема торгов, сокращение количества эмитентов, уменьшение доли фондового рынка России по сравнению с мировыми и развивающимися рынками, падение коэффициента оборачиваемости (отношение объема торгов к капитализации).

Большая роль в развитии фондового рынка принадлежит коммерческим банкам как катализаторам институциональных преобразований и участникам сложных финансовых механизмов инновационно инвестиционной деятельности с использованием ценных бумаг (ИРО, государственно-частного партнерства, слияний и поглощений, проектного финансирования и т. д.). [5;6]

В этой связи для развития фондового рынка в Российской Федерации требуется стабилизация международной обстановки, улучшения инвестиционной привлекательности, а также возобновления экономического роста в стране.

Список использованных источников

1. <http://naufor.org/default.asp> - сайт НАУФОР (Национальная ассоциация участников фондового рынка)
2. <http://ru.investing.com/>

3. Трегуб А.Я. Российский фондовый рынок: 2014, события и факты / А.Я. Трегуб, Ю.Е. Посохов. – М.: НАУФОР, 2014. – 88 с.
4. Трегуб А.Я. Российский фондовый рынок: 2015, события и факты / А.Я. Трегуб, Ю.Е. Посохов. – М.: НАУФОР, 2014. – 76 с.
5. Акинина В.П. Влияние банковской системы на институциональные преобразования фондового рынка / В.П. Акинина, И.Н. Рыкова // Ставрополь: изд-во СГУ, 2003. – 164с
6. Акинина В.П. Россия и мир в фокусе современного глобального финансового кризиса [Текст] / В.П. Акинина // Вестник Северо-Кавказского государственного технического университета. – 2009 - № 3. – С.120-125.

СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ РЫНКА АКЦИЙ В РОССИИ

Коркмазова Д.В., Кубанова А.М.

Северо-Кавказский федеральный университет, г. Ставрополь

Рынок акций как часть фондового рынка выступает важной частью движения капитала, а также служит основой перераспределения капитала в более важные отрасли экономики страны посредством операций с ценными бумагами.

На фондовом рынке обращается огромное количество различных ценных бумаг. Одними из наиболее распространенных являются – акции. Изучение рынка акций является важной и необходимой задачей, обусловленной экономической природой этой ценной бумаги и ее ролью в формировании и движении финансовых ресурсов. Рынок акций представляет собой совокупность экономических отношений между покупателями и продавцами акций. Торговля акциями осуществляется на фондовой бирже. Порядок и условия торговли этими ценными бумагами регулируются соответствующим законодательством. Акции удостоверяют факт вложения денежных средств в развитие организации, дают своему владельцу право получать часть прибыли, иметь право голоса в совете акционеров компании, а также они не имеют определенного срока обращения.

Эмиссия акции необходима предприятиям для финансового обеспечения хозяйственной деятельности. Это значимый и очень важный по объемам источник финансирования инвестиционной деятельности. Инвесторы, приобретая акции, вкладывают свои деньги в собственный капитал этой организации. Но это происходит только в том случае, когда инвесторы покупают акции предприятий на первичном рынке акций.

Любому предприятию необходимы инвесторы, вне зависимости от своих масштабов. Ведь благодаря акциям можно также привлечь и иностранных инвесторов, что еще лучше для общего развития страны, помимо самого этого предприятия. Поэтому выпуск и реализация акций является неотъемлемой частью развития публичных акционерных компаний. Цена акции в определенной степени характеризует стоимость компании, но при условии, что рынок ценных бумаг развит и объективно отражает финансово-хозяйственные процессы в самих акционерных компаниях и в экономике страны в целом.

В РФ зарождение и развитие рынка акций происходило и происходит сегодня в нестабильной экономической ситуации, спаде производства. Это вызывало и до сих пор вызывает кризисные явления на этом рынке. Рискованность операций на рынке акций, наличие преимущественно долговых обязательств государства для покрытия бюджета привели к нарастанию доли краткосрочных ценных бумаг. Риск обесценения денег из-за инфляции не дает инвесторам уверенности в долгосрочных вложениях стратегического характера.

Развитие фондового рынка существенно влияет на активизацию инновационно-инвестиционных процессов, в том числе с участием коммерческих банков[1,2].

Российский рынок акций является молодым и быстро развивающимся. Значительное влияние на этот сектор оказывают: несовершенство правовой и законодательной базы, что влечет бесправие мелких инвесторов и акционеров, а также геополитическая нестабильность, которая в настоящий момент является достаточно актуальной темой в нашей стране. Основное влияние на рынок акций оказывают и санкции со стороны США и других западных стран, а также сложившаяся политическая ситуация вокруг Украины. Это привело к сильному экономическому спаду и неуверенности в стабильности рынка акций со стороны

акционеров и инвесторов.

Тем не менее, в настоящий момент российский рынок акций характеризуется относительно высокими темпами позитивных качественных и количественных изменений. Лидерами роста акций в России с начала года стал Челябинский завод профилированного стального настила (ЧЗПСН-Профнастил), доходность которого составила 836,17%. Второе место занимает ПАО «Химпром» – 710,84% и закрывает десятку лидеров роста акций Федеральной сетевой компании Единой энергетической системы (ФСК ЕЭС) с доходностью в 231,35 % (таблица 1).

Таблица 1 – Лидеры роста рынка акций в России с начала года (данные на 1.12.2016 года)[7]

№	Акция	Цена, руб. на 01.01.2016	Цена, руб. на 12.12.2016	Доходность, %
1.	ЧЗПСН-Профнастил	0,56	5,28	836,17
2.	Химпром	1,28	8,23	710,84
3.	Мордовская ЭСК	0,15	0,80	432,23
4.	ЗИЛ	375,33	1 600,00	343,21
5.	Дагестанская ЭСК	0,41	1,75	315,44
6.	Россети	0,47	2,24	274,62
7.	Ленэнерго	2,03	43,10	259,17
8.	Мечел	64,73	136,80	242,94
9.	Звезда	1,47	4,79	242,14
10.	ФСК ЕЭС	0,06	0,20	231,35

На сегодняшний день рынок акций не стабилен. Это, в первую очередь, обусловлено тем, что он еще до конца не сформирован и находится в состоянии постоянных преобразований, что безусловно влияет на доверие населения страны к рынку ценных бумаг. Также одной из причин этого может быть и нестабильность рубля на рынке. В таблице 2 представлены лидеры падения российского рынка акций.

Таблица 2 - Лидеры падения рынка акций в России с начала года (данные на 1.12.2016 г.)[7]

№	Акция	Цена, руб. на 01.01.2016	Цена, руб. на 12.12.2016	Доходность, %
1	2	3	4	5
1.	ТКЗ	144,00	8,00	-94,66
2.	Богородские деликатесы	1,42	0,18	-81,63
3.	Живой офис	26,97	5,95	-77,12
4.	ТРАНСАЭРО	7,32	3,25	-54,16
5.	Мурманская ТЭЦ	0,96	0,44	-46,04

Продолжение таблицы 2

1	2	3	4	5
6.	Калужская СК	56,31	26,70	-45,51
7.	Новороссийский комбинат хлебопродуктов	455,74	249,00	-44,17
8.	Группа Разгуляй	9,53	5,86	-37,33
9.	КИВИ ПиЭлСи	1305,00	829,00	-35,23
10.	Платформа ЮТИНЕТ.РУ	21,20	14,10	-33,80

Стоит также отметить лидеров по обороту акций на российском рынке, которые представлены в таблице 3.

Таблица 3 – Лидеры оборота акций с начала года (данные на 1.12.2016 г.)[7]

№	Акция	Средний оборот за период, млн. руб.
1	Сбербанк России	8812,23
2	Газпром	4292,67
3	Лукойл	2398,49
4	ГМК Норильский никель	1797,45
5	Магнит	1504,97
6	АЛРОСА	1345,78
7	Роснефть	1251,12
8	ИНТЕР РАО	1171,41
9	Московская Биржа	1170,54
10	Сургутнефтегаз	1008,79

Также следует сказать, что в России сохраняется высокая концентрация капитализации, как по эмитентам, так и по отраслям. В таблице 4 представлен список 10 наиболее капитализированных компаний.

Таблица 4 – Топ-10 эмитентов по капитализации (данные на 1.12.2016)[7]

№	Эмитент	Млн. руб.	Динамика, 1 год %
1	2	3	4
1	Газпром	3617550	11,2
2	Роснефть	3587483	27,88
3	Сбербанк России	3541249	56,61
4	Лукойл	2730308	25,44

Продолжение таблицы 4

1	2	3	4
5	НОВАТЕК	2220147	20,34
6	ГМК Норильский никель	1680567	17,3
7	Сургутнефтегаз	1316715	-14,66
8	Магнит	973698	-13,48
9	Газпром нефть	949682	35,93
10	Татнефть	898506	22,79

По данным таблицы мы видим, что возглавляет список наиболее капитализированных компаний на протяжении нескольких лет ПАО «Газпром» - 3617550 млн. руб., а замыкает десятку Татнефть – 898506 млн. руб. Тенденцию к увеличению имеет большинство компаний, только Сургутнефтегаз и Магнит имеют отрицательные значения.

К недостаткам российского рынка акций можно отнести:

- слабое развитие инфраструктуры рынка акций;
- недостаточное развитие региональных рынков акций;
- невысокий уровень активности предприятий на вторичном рынке.

Основным недостатком развития рынка ценных бумаг в России является сырьевой характер экономики, то есть большая зависимость от постоянных политических рисков, а также от ценовой конъюнктуры на нефть, газ и другие сырьевые товары.

Одной из основных проблем российского рынка акций является его монополизация, которая представлена Российской торговой системой (РТС) и Московской межбанковской валютной биржей(ММВБ). В 2011 году произошло объединение РТС и ММВБ в крупнейший российский биржевой холдинг. Монополисты оптом скупают акции, получая за счет чего огромную прибыль, а остальные участники рынка не могут позволить себе подобных оптовых закупок.

Пути совершенствования рынка акций в России:

- развитие инфраструктуры рынка акций;
- создание доступной информационной стороны рынка, а также увеличение ее открытости, доступности и прозрачности;
- формирование новых систем внебиржевой торговли;

- расширение границ российского рынка на основе сотрудничества с рынками акций развитых стран;
- усовершенствование законодательной базы.

Большая роль в развитии фондового рынка принадлежит коммерческим банкам как катализаторам институциональных преобразований и участникам сложных финансовых механизмов инновационно-инвестиционной деятельности с использованием ценных бумаг (ИРО, государственно-частного партнерства, слияний и поглощений, проектного финансирования и т.п.) [1,2]

Подводя итог, можно сказать, что развитие российского рынка ценных бумаг это достаточно трудная задача, которая может быть решена при комплексном подходе как со стороны институтов самого рынка, так и государственных органов, прежде всего Центрального банка России. Помимо этого, рынок акций играет важную роль в системе перераспределения финансовых ресурсов государства, а также нужен для нормального функционирования рыночной экономики. Поэтому необходимо принимать меры по восстановлению и регулированию развития рынка акций, для этого необходимо создание государственной программы развития и регулирования рынка акций России в долгосрочной перспективе, а также строгий контроль за ее исполнением, активизировать участие банковского сектора (ИРО, секьютеризация и др.) [5,6].

Список использованных источников

1. Аникин П.В., Аникина В.П. Россия и мир в фокусе современного глобального финансового кризиса. / П.В. Аникин, В.П. Аникина // Вестник Северо-Кавказского государственного технического университета, 2009. - №3. – С.120-125.
2. Аникина В.П., Рыкова И.Н. Влияние банковской системы на институциональные преобразования фондового рынка / В.П. Аникина, И.Н. Рыкова // Ставрополь: Ставропольский государственный университет –2003.- 163 с.
3. Воробьева Е.И., Лейбюк Е.Д., Блажевич О.Г. Российский рынок акций: эволюция, современное состояние и перспективы развития / Е.И. Воробьева, Е.Д. Лейбюк, О.Г. //Бюллетень науки и практики.- 2016. - № 7. - С. 111-118.Блажевич
4. Кятов А.К. Биржевой рынок акций России: проблемы и перспективы развития / А.К. Кятов // Научный журнал.- 2016. -№ 7.- С. 70-72.
5. Магомедова П.А. Российский рынок акций на современном этапе / П.А. Магомедова // в сборнике: научный поиск в современном мире сборник материалов XII Международной научно-практической конференции. - 2016. - С. 69-70.
6. Шарифьянова З.Ф. Российский рынок акций: перспективы, проблемы / З.Ф. Шарифьянова //Иновационная наука.- 2016. - № 5. - С. 201-202.
7. Официальный сайт Investfunds [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://stocks.investfunds.ru>

ПРЕИМУЩЕСТВА ФИНАНСОВОЙ АРЕНДЫ (ЛИЗИНГА) В СРАВНЕНИИ С БАНКОВСКИМ КРЕДИТОВАНИЕМ

Лазарева Н.А., Шихаева Д.Р.

(Лазарева Н.А. ФГБОУ ВО Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ (Северо-Кавказский институт в г. Пятигорске);
Шихаева Д.Р. студентка 4 курса направления «Экономика»,
ФГБОУ ВО Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ (Северо-Кавказский институт в г. Пятигорске)

Возникновение лизинговых отношений в России обусловлено, прежде всего, необходимостью обновления технико-технологической базы производственного аппарата. И поскольку у многих российских предприятий отсутствует возможность единовременных капитальных вложений, то у лизинга, как формы, стимулирующей это обновление, весьма реальные перспективы развития.

Многие ученые и практики считают, что в современных российских условиях лизинг представляется как наиболее выгодный и гибкий способ обеспечения долгосрочных инвестиций. У лизинга более высокая надежность по сравнению с банковским кредитом, который может получить не каждое предприятие. Лизингодатель берет на себя больший риск, чем банк, дает возможность пользоваться банковскими деньгами в другой форме. Лизинговая компания по существу берет на себя 100 – процентное финансирование затрат лизингополучателя, в то время как банк может финансировать только 60-70 %.

Лизинг в качестве альтернативного финансового приема заменяет источники долгосрочного и краткосрочного финансирования. Поэтому преимущества и недостатки лизинговых операций сравнивают в первую очередь с преимуществами и недостатками традиционных источников финансирования инвестиций (долгосрочных и среднесрочных кредитов). Рассмотрим это на конкретном примере.

Как видно из табл.1, более выгодным является лизинг оборудования, так как он позволяет снизить его стоимость на 25,5 тыс. руб. (313,6 – 288,1).

Например, у предприятия ОАО «Хлебокомбинат «Георгиевский» возникла необходимость приобретения оборудования – две единицы. Общая стоимость оборудования, предлагаемого лизингодателем, составляет 500 тыс. руб. (с равномерной рассрочкой платежа в течение пяти лет). При покупке на заводе-изготовителе его цена составляет 400 тыс. руб. Если использовать вариант покупки, то можно получить кредит в банке на пять лет под 10 % годовых. Ставка налога на прибыль – 20 %.

Таблица 1

Сравнительный анализ эффективности лизинговых операций и банковского кредитования приобретения основных средств (тыс. руб.)

Показатель	Годы					Итого
	1	2	3	4	5	
1	2	3	4	5	6	7
Вариант 1. (приобретение оборудования по договору лизинга) Лизинговый платеж	100	100	100	100	100	500
Налоговая льгота по лизингу	- 20	- 20	- 20	- 20	- 20	-100
Стоимость лизинга без налога	80	80	80	80	80	400
Дисконтированная стоимость лизинговых платежей	69,1	62,8	57,1	51,9	47,2	288,1
Вариант 2. (приобретение оборудования за счет кредита банка) Возврат кредита	80	80	80	80	80	400
Остаток кредита	320	240	160	80	-	-
Проценты за кредит	40	32	24	16	8	120
Общая сумма платежа	120	112	104	96	88	520
Налоговая льгота по процентам	- 8,0	- 6,4	- 4,8	- 3,2	- 1,6	- 24,0
Стоимость кредита без налога (С)	110,4	104,3	98,2	92,2	86,1	491,2
Амортизация (5 лет)	80	80	80	80	80	400
Налоговая льгота на амортизацию (Н)	- 16	- 16	- 16	- 16	- 16	-80
Налог на имущество (И)	4	3,2	2,4	1,6	0,8	12
Посленалоговая стоимость объекта (С – Н + И)	98,0	91,5	84,6	77,8	70,9	422,8
Дисконтированная стоимость объекта	86,5	73,0	61,2	50,9	42,0	313,6

Лизинг в качестве альтернативного финансового приема заменяет источники долгосрочного и краткосрочного финансирования. Поэтому преимущества и недостатки лизинговых операций сравнивают в первую очередь и преимуществами и недостатками традиционных источников финансирования (банковских кредитов). Это можно рассмотреть на конкретном примере по методике, подробно описанной Б. Коласс, Г. Бирманом и С.Шмидтом [3].

На основании полученных результатов можно сделать вывод, что более выгодным является лизинг оборудования, так как позволяет снизить расходы по его приобретению на 25,5 тыс. руб. (313,6 – 288,1). Рассмотрев расчеты, предприятие приняло решение о приобретении оборудования в лизинг.

Рентабельность лизинга – это отношение суммы дополнительно полученной прибыли к сумме затрат по лизингу. Например, если предположить, что в первый год работы лизингового оборудования, получено 10 тыс. руб. дополнительной прибыли и величина лизинговых платежей за этот год составила 70 тыс. руб.,

то рентабельность в первый год работы оборудования составит 14,3 %. Величина достаточная для первого года эксплуатации. В дальнейшем, если предположить, что прибыль не будет увеличиваться, и сокращаться, то рентабельность использования данных средств труда все равно будет иметь место. На основании приведенных данных полная окупаемость лизингового оборудования произойдет в 2,8 лет, а при покупке оборудования за счет кредита - в течение 3,8 лет (таблица 2).

Таблица 2

Окупаемость лизинга и кредита банка при приобретении оборудования

Показатель	Общая величина платежей (без налога) (тыс. руб.)	Сумма прибыли за 5 лет (тыс. руб.)	Срок окупаемости (лет)
Лизинг оборудования	350	125	2,8
Оборудование, приобретенное за счет кредита банка	484	125	3,8

Лизинговые операции отличаются выгодностью и эффективностью не только в сравнении с банковским кредитованием. Даже между собой лизинговые договоры могут различаться. Проведенные нами исследования показали, что чем больше оборудования приобретает в лизинг, тем выгоднее является сделка как для лизингодателя (происходит ускорение оборачиваемости средств), так и для лизингополучателя (снижение лизинговых платежей). Для этого целесообразно рассмотреть пример по приобретению в лизинг оборудования разной стоимости. Предприятиями ОАО «Ставропольстройсервис» (производственно-коммерческая фирма, г. Ставрополь) (первый контракт) и ОАО «Хлебокомбинат Георгиевский» (второй контракт) заключены два лизинговых договора с Лизинговой компанией «Ставрополец» (таблица 3).

Таблица 3

Условия заключения лизинговых контрактов

Условия договора	Контракты	
	I	II
Стоимость объекта лизинга (тыс. руб.)	150	300
Норма амортизации (в год, %)	20	22
Срок лизинга (лет)	5	5
Комиссионные лизинговой компании (в год, %)	8	7

Лизинговые платежи в обоих случаях осуществляются регрессионным способом с авансом в 50 и 100 тыс. руб. соответственно.

Отношение отклонений лизингового платежа над ценой оборудования составляет 1,78 (таблица 4), что на 22 % ниже, чем отношение стоимостей оборудования двух контрактов ($2,0 - 1,78 = 0,22$).

Таблица 4

Сравнительный анализ стоимости лизингового оборудования и величины лизинговых платежей

Лизинговый договор	Стоимость лизингового оборудования (тыс. руб.)	Общая величина лизинговых платежей (тыс. руб.)	Отклонение стоимости оборудования от лизингового платежа (тыс. руб.)	Превышение лизингового платежа над стоимостью оборудования (%)
I	150	248,1	98,1	165,4
II	300	475,22	175,22	185,0
Относительные величины (соотношение договоров II к I)	2,0	1,91	1,78	1,12

На основании полученных результатов можно отметить, что, несмотря на превышение стоимости лизингового оборудования II контракта над I-м в 2 раза, общая величина лизинговых платежей больше всего в 1,91 раза.

Анализируя отдельно каждый договор, необходимо отметить, что по второму приобретению лизингового оборудования обошлось лизингополучателю дороже на 58 %, в то время как по первому – на 65,4 %. Доля превышения лизингового платежа над стоимостью оборудования в общей стоимости лизингового платежа также снижается по мере увеличения стоимости контракта:

I–й договор $(98,1 / 248,1) \times 100 \% = 40 \%$

II–й договор $(175,22 / 475,22) \times 100 \% = 37 \%$

Таким образом, нами доказано, что с увеличением стоимости лизингового оборудования относительные расходы по контракту имеют стабильную тенденцию к снижению.

При оценке эффективности лизинга учитывается не только экономия средств, но и другие преимущества. Например, эффект от применения лизинга может быть выражен в облегчении и улучшении условий труда работников. Эффективность лизинга также оценивается с помощью показателей рентабельности и срока окупаемости инвестиций в лизинговые операции. Для этого используется система частных и обобщающих показателей, как и при оценке эффективности капитальных вложений, а именно прирост объема продукции, повышение качества и конкурентоспособности, рост производительности труда, прибыли, рентабельности, сокращение срока окупаемости.

Список литературы

1. Федеральный закон «О финансовой аренде (лизинге) № 164-ФЗ от 29 октября 1998 г. (в редакции от 29 января 2002 г. № 10-ФЗ).
2. Приказ Министерства финансов РФ от 17 февраля 1997г. №15 «Об отражении в бухгалтерском учете операций по договору лизинга» // Закон.-1999.-№8.
3. Бирман, Г., Шмидт, С. Экономический анализ инвестиционных проектов. [Текст] - М.: Банки и биржи. ИО «ЮНИТИ», 1997.

ОПТИМИЗАЦИЯ ДЕНЕЖНЫХ ПОТОКОВ НА ПРЕДПРИЯТИИ

Молчанова О.В., Комлева А.А.

Астраханский государственный технический университет, г. Астрахань

Финансово-хозяйственная деятельность любого коммерческого предприятия сопровождается постоянным движением денежных средств – их поступлением и расходованием. Этот непрерывный процесс определяется понятием денежный поток.

Денежные потоки организации представляют собой совокупность денежных средств, находящихся в кассе, на банковских расчетных, валютных, специальных счетах, в выставленных аккредитивах и т.д. В широком смысле к денежным активам относятся также вложения в краткосрочные ценные бумаги и требования на получение денежных средств[2, С. 83].

Денежный поток определяется как разность между суммами поступлений и выплат денежных средств предприятия за определенный период времени, иными словами - это движение денежных средств в реальном времени.

Одним из наиболее важных и сложных этапов управления денежными потоками предприятия является их оптимизация.

Оптимизация денежных потоков представляет собой процесс выбора наилучших форм их организации с учетом условий и особенностей осуществления хозяйственной деятельности предприятия[1, С. 345].

Актуальность данного исследования заключается в том, что процесс оптимизации денежных потоков является одной из главных функций управления денежными потоками, в результате которого достигается повышение их эффективности в предстоящем периоде.

Основными направлениями оптимизации денежных потоков предприятия являются:

1. Сбалансирование объемов денежных потоков. Сбалансирование является главной целью управления денежными потоками и представляет собой обеспечение необходимой пропорциональности объемов положительного и отрицательного денежных потоков в целом по организации и по отдельным направлениям деятельности, то есть текущей, инвестиционной и финансовой деятельности компании.

Приток денежных средств осуществляется за счет выручки, увеличения уставного капитала в процессе эмиссии, полученных кредитов и займов, целевого финансирования и т. д. Отток денежных средств возникает при покрытии текущих затрат, инвестиционных расходов, платежей в бюджет, выплате дивидендов, процентов, комиссионного вознаграждения и т. д.

Для поддержания сбалансированности необходимо выполнение следующих задач:

- формирование достаточного объема денежных ресурсов в соответствии с потребностями хозяйственной деятельности;
- оптимизация распределения сформированного объема денежных ресурсов по видам деятельности и направлениям использования;
- обеспечение высокого уровня финансовой устойчивости организации в процессе ее развития;
- поддержание постоянной платежеспособности;
- максимизация чистого денежного потока, обеспечивающая заданные темпы экономического развития на условиях самофинансирования;
- обеспечение минимизации потерь стоимости денежных средств в процессе их использования.

Стоит отметить, что отрицательное воздействие на результаты хозяйственной деятельности предприятия оказывает не только дефицитный, но и избыточный денежный поток.

Последствиями дефицитного денежного потока являются: снижение ликвидности и платежеспособности предприятия, задержки выплаты заработной платы, рост просроченной кредиторской задолженности, увеличение продолжительности финансового цикла и т.д. Вследствие чего, снижается рентабельность использования собственного капитала и активов предприятия.

Последствия избыточного денежного потока проявляются в потере реальной стоимости временно неиспользуемых денежных средств от инфляции, потере потенциального дохода от неиспользуемой части денежных активов в сфере краткосрочного их инвестирования, что в конечном итоге также отрицательно сказывается на уровне рентабельности активов и собственного капитала предприятия[4, С. 151].

Увеличение объема положительного денежного потока можно достигнуть за счет привлечения инвесторов для увеличения объема собственного капитала, получения долгосрочных кредитов, продажи (или сдачи в аренду) неиспользуемых видов основных средств, дополнительной эмиссии акций и т.д.

Снижение объема отрицательного денежного потока можно достигнуть за счет сокращения объема инвестиционных программ, снижения суммы постоянных издержек предприятия, отказа от финансового инвестирования и т.д.

В связи с этим, главной задачей бухгалтера является нормирование остатка денежных средств. Именно бухгалтер должен отслеживать и контролировать оптимальный уровень между дебиторской задолженностью и погашением обязательств. Если средний остаток денежной массы постоянно нарастает – это показатель того, что компания имеет упущенную выгоду от того, что деньги накапливаются в свободном остатке. Добавленную стоимость и выгоду эти деньги приносят только банку, который обслуживает данное предприятие. Бухгалтеру же необходимо определить оптимальную сумму ликвидных денежных остатков, которые составляют потребность организации в поддержании постоянной платежеспособности, а с остальными деньгами распорядиться так, чтобы и они приносили прибыль.

2. Синхронизация денежных потоков во времени, которая направлена на обеспечение более четкой зависимости между входящими и исходящими денежными потоками. Иными словами – это бюджетирование доходов и расходов. Для синхронизации денежных потоков во времени могут использоваться два основных метода - выравнивание и повышение тесноты корреляционной связи между отдельными потоками.

Выравнивание денежных потоков подразумевает за собой сглаживание их объемов в разрезе отдельных интервалов рассматриваемого периода времени. Реализация этого метода приводит к устранению сезонных и циклических различий в формировании как положительных, так и отрицательных денежных потоков, и, как следствие, к оптимизации средних остатков денежных средств и повышению уровня ликвидности.

Повышение тесноты корреляционной связи между потоками достигается путем использования «Системы ускорения - замедления платежного оборота». Данная система направлена на разработку мероприятий по ускорению привлечения денежных средств и замедлению их выплат в отдельные интервалы времени, в результате чего повышается синхронность формирования положительного и отрицательного денежных потоков[1, С. 349].

Ускорение привлечения денежных средств в краткосрочном периоде может быть достигнуто за счет следующих мероприятий: использование предоплаты за всю или большую часть готовой продукции, которая пользуется повышенным спросом; сокращения сроков предоставления товарного кредита покупателям; использование современных форм рефинансирования просроченной дебиторской задолженности - учет векселей, факторинг, форфейтинг; индивидуальная работа с каждым покупателем с целью сокращения дебиторской задолженности; использование краткосрочных кредитов и ссуд и др.[3].

Замедление выплат денежных средств в краткосрочном периоде может быть достигнуто за счет следующих мероприятий: увеличение сроков товарного кредита с согласия поставщиков; реконструирование краткосрочных финансовых задолженностей путем переноса сроков возврата кредитов; использование налоговых льгот по платежам в бюджет; снижение затрат на производство и реализацию продукции за счет внутренних факторов снижения себестоимости; сокращения расчетов наличными деньгами; замены приобретения долгосрочных активов на их аренду (лизинг) и т.д.

3. Максимизация чистого денежного потока. Это наиболее важное направление оптимизации, отражающее результаты ее предшествующих этапов. В результате роста чистого денежного потока достигается повышение темпов экономического развития предприятия, снижение зависимости от внешних источников финансирования, рост рыночной стоимости предприятия[1, С. 350].

Для повышения суммы чистого денежного потока необходима реализация следующих мероприятий:

- снижение уровня постоянных и переменных издержек;
- разработка эффективной ценовой политики, обеспечивающей повышение уровня доходности операционной деятельности;
- осуществление эффективной налоговой политики, обеспечивающей снижение уровня суммарных налоговых выплат;
- использование метода ускоренной амортизации основных средств предприятия;
- продажа неиспользуемых основных средств и нематериальных активов.

4.И последним, но немаловажным, направлением оптимизации процесса движения денежных потоков является его **автоматизация**. Автоматизация процесса управления денежными потоками позволит повысить платежную дисциплину, обеспечивать пользователей оперативной и достоверной информацией, регулировать взаиморасчеты, ускорить оборачиваемость денежных средств.

Таким образом, оптимизация денежных потоков приводит к сокращению потребности организации в заемном капитале. Активно управляя денежными потоками, можно обеспечивать более рациональное и экономное использование собственных финансовых ресурсов, снижать зависимость темпов развития организаций от привлекаемых кредитов.

Результаты оптимизации денежных потоков предприятия находят свое отражение при планировании формирования и использования денежных средств в предстоящих периодах, а планирование, в свою очередь, позволяет учесть последствия сезонных колебаний денежных потоков.

На основе проведенного исследования предложены основные направления, способствующие росту эффективности денежных потоков организации на базе формирования политики управления ими.

Эффективно организованные денежные потоки являются важнейшим показателем финансового состояния предприятия, предпосылкой обеспечения устойчивого роста и достижения высоких конечных результатов его финансово-хозяйственной деятельности в целом.

Список литературы

1. Бланк И.А. Основы финансового менеджмента. В 2 томах. // 4-е изд., стер. – М.: Омега-Л, 2012. – Т.2 – 674 с.
2. Малыгина Е.А. Методы оптимизации денежных потоков организации / Е.А. Малыгина. – М.: Молодой ученый, 2014. — №21.2. — С. 83-85.
3. Молчанова О.В. Роль годового бухгалтерского баланса при анализе финансового состояния предприятий речного транспорта. - Проблемы транспортного обеспечения развития национальной экономики: Вестник Волжской государственной академии водного транспорта. Выпуск 37. Материалы Международной научно-практической конференции. – Н. Новгород: Изд-во ФБОУ ВПО «ВГАВТ», 2013. – С. 91-98.

4.Сорокина Е.М. Анализ денежных потоков предприятия: теория и практика в условиях реформирования российской экономики / Е.М. Сорокина. – М.: Бизнес книга, 2012. – 176 с.

КОММЕРЧЕСКИЙ БАНК КАК УЧАСТНИК ГОСУДАРСТВЕННО-ЧАСТНОГО ПАРТНЕРСТВА – ОБОСНОВАНИЕ НЕОБХОДИМОСТИ

Сунцова Н.В.

Алтайский Государственный Технический Университет, г. Барнаул

Одной из главных задач действующей финансово-кредитной системы является компенсация разрыва между потребностями в ресурсах и имеющимися их резервами для перераспределения между предприятиями или отраслями производства. Важный аспект здесь – снижение рисков, неопределенности и повышения эффективности от перераспределения.

В тоже время парадигма современной экономической системы должна состоять в разработке универсального финансово-кредитного механизма, призванного реализовать, прежде всего, избирательную функцию для тех субъектов, которые способны более эффективно решать экономические задачи, а именно устранять отставание в экономическом развитии регионов, финансировать структурную политику и тем самым способствовать поступательному росту национальной экономики.

Соответственно задача государства в последовательном развитии экономики, в первую очередь, проявляющуюся в росте ВВП, возможна к реализации с помощью такого инструмента, как институциональный альянс государства и банков в форме ГЧП.

Государственно-частное партнерство в современной России – это механизм, способный стать базисом для создания высокотехнологичных средних и крупных корпоративных структур, призванных обеспечить ориентацию бизнеса на решение задач, связанных с выводом реального сектора экономики из финансового кризиса.

В Концепции долгосрочного социально-экономического развития РФ на период до 2020 г. банковской системе отводится ключевая роль в финансировании поступательного инновационного развития национального хозяйства. Предусматривается, в частности, повышение уровня банковского кредитования экономики до 80-85 % ВВП в 2020г., а также увеличение вклада банков в финансирование инвестиций до 20—25 % в 2020 г.. Одновременно российским кредитным организациям предстоит активно решать такие актуальные, в том числе с социальной точки зрения, вопросы, как повсеместное обеспечение доступа предприятий и населения регионов к банковским услугам, ускоренное развитие массовой ипотеки, многократное увеличение объемов финансирования инноваций и малого бизнеса.

Учитывая стоящие перед российской банковской системой стратегические задачи по кардинальному наращиванию масштабов кредитования национальной экономики и устранению существующих в ней структурных диспропорций, отчетливо проявившихся в ходе нынешнего кризиса, приоритетными направлениями развития отечественной банковской индустрии на среднесрочную перспективу, как представляется, могли бы стать следующие два:

- развитие механизмов государственно-частного партнерства (ГЧП) с участием универсальных коммерческих банков в финансировании приоритетных инвестиционных проектов и программ, направленных на модернизацию и диверсификацию российской экономики;
- совершенствование правового обеспечения банковской деятельности, в первую очередь кредитных операций банков; укрепление ресурсной и капитальной базы отечественных кредитных организаций за счет более полного вовлечения в банковский оборот имеющихся в стране финансовых источников; ускорение процессов консолидации и концентрации национального банковского капитала.

Банковский кредит играет все более заметную роль в финансировании экономического роста в России. Так, его доля в инвестициях отечественных предприятий в основной капитал выросла за последнее десятилетие в 2,5 раза и достигла 10 %.

Банки в настоящее время используют традиционные способы и методы кредитования, а именно выдача кредитов на пополнение оборотных средств (краткосрочное кредитование) и финансирование приобретения или строительства основных средств (долгосрочное кредитование), включая проектное финансирование.

Такой механизм как финансирование участников ГЧП не применяется банками за исключением Внешэкономбанка.

Использование данного механизма позволило бы повысить инвестиционную активность экономики. Данное мнение основано на следующей информации: государственное вмешательство в инвестиционную деятельность в условиях рыночной экономики всегда ограничено, оно необходимо и целесообразно только для того, чтобы переломить складывающиеся по тем или иным причинам неблагоприятные тенденции, «скрасить» инвестиционную непривлекательность регионов и отраслей, пассивность хозяйствующих субъектов в сфере инвестиционной деятельности. Инвестирование в основной капитал в течение последних пяти лет, более чем на 30% обеспечено за счет бюджетных средств, однако следует иметь в виду, что данный источник существенно ограничен в объемах, а соответственно и в возможностях, поэтому необходимо определить другие пути привлечения необходимых средств, используя например, резервы банковского сектора экономики.

Формирование государственно-частных партнерств (ГЧП) в России является одним из актуальных направлений в решении этой проблемы. Модель ГЧП более адекватно отвечает текущим потребностям региональной экономики, так как организация партнерства между региональными органами управления и бизнесом имеет конкретные преимущества по сравнению с бюджетным финансированием.

Независимо от выбираемой формы государственно-частного партнерства, базовыми вопросами заключаемого соглашения становятся, определение долей государственного и частного финансирования, распределение рисков и доходов.

Учитывая текущее состояние национальной экономики, для реализации региональных инвестиционных проектов в первую очередь целесообразно использовать заемные средства коммерческих банков и включить их в состав участников ГЧП. Рынок долговых инструментов в настоящее время достаточно многообразен. Чтобы ускорить экономический рост, его нужно обеспечить соответствующим финансированием, что потребует дополнительных оборотных средств. Но главное – для этого нужны значительные инвестиционные вложения, поскольку большинство отраслей имеет устаревшие технологии, машины и оборудование, нуждающиеся в замене. С другой стороны, необходимо всемерно развивать передовые высокоэффективные отрасли, а для этого создавать новые производства и предприятия.

Сегодня банки реализуют в своей деятельности проектное финансирование, которое по своей сути, является одной из составляющих видов ГЧП и реализуется по двум направлениям: банки наряду с государством владеют долями в капитале инвестиционных институтов и (или) финансируют на долевых условиях инвестиционные проекты. При этом во втором случае государство, как правило, дополняет средства частных учреждений.

Расширению взаимодействия банков и государства способствовало бы более активное внедрение в России таких высокоэффективных форм ГЧП, как предоставление государственных гарантий по кредитам, софинансирование крупных инвестиционных проектов, создание совместных («гибридных») фондов, в частности венчурных и прямых инвестиций, субсидирование кредитных ставок, рефинансирование стандартных видов ссуд путем их выкупа у кредитных организаций.

В процессе становления и развития ГЧП в России важное место занимают вопросы дальнейшего совершенствования финансовых форм, методов и инструментов реализации такого партнерства. Важной также является проблема эффективного использования финансовых ресурсов банковского сектора. Установление баланса интересов государства и бизнеса путем проведения оптимальной финансовой политики в рамках ГЧП позволяет решить многие проблемы социально-экономического развития общества.

Механизм ГЧП в банковском проектном финансировании (БПФ) представляет собой организованную совокупность структурных элементов ГЧП, с помощью которых осуществляется взаимодействие представителей государства и частного бизнеса по управлению и финансированию инвестиционных проектов, реализуются действующие экономические законы, и обеспечивается процесс воспроизводства. При этом под БПФ понимаем систему экономических отношений по финансированию долгосрочных (свыше 5 лет) крупных (от 5 млн. долл. США) проектов в рамках финансовых схем и моделей, основанных на кредитовании, при котором источником возврата вложенных средств и главным обеспечением служат денежные потоки, создаваемые самим проектом или действующим бизнесом.

ГЧП может быть наиболее эффективным при условии включения коммерческих банков в партнерский состав. Выбор основного финансового партнера на начальном этапе реализации проекта нивелирует риски недофинансирования, риски перерасхода сметы проекта, нецелевого использования и других рисков. Так как именно контроль над этими рисками является одной из приоритетных функций

банков при инвестиционном кредитовании или проектном финансировании. Именно такое взаимодействие рассматривается как наиболее перспективный вектор развития отношений государства, бизнеса и банков в экономической и социальной сфере.

Список литературы

1. Гринкевич Л.С., Сагайдачная Н.К., Казаков В.В., Рюмина Ю.А. Государственные и муниципальные финансы России. М.: Кнорус, 2011. 551 с.
2. Максютлов А.А. Банковский менеджмент. М.: Альфа-Пресс, 2008. 444с.
3. Чурюкин В.А. Моделирование и анализ экономической устойчивости предприятия // Финансы и кредит 2013 № 45 с. 29-34
4. Электронный ресурс: [http:// www.cbr.ru](http://www.cbr.ru)

СТРАТЕГИЧЕСКИЕ ИНДИКАТОРЫ КУРОРТНО–РЕКРЕАЦИОННОГО ПОТЕНЦИАЛА РЕГИОНА

Шевчук Е.С., Улыбина Л.К.

Кубанский государственный аграрный университет имени И.Т. Трубилина, г.Краснодар

Одним из основных аспектов, который окажет непосредственное влияние на привлечение крупных инвестиций в комплексное развитие санаторно-курортного и туристского комплекса Краснодарского края и развитие всей сопутствующей инфраструктуры курортных территорий, является создание в Краснодарском крае туристско-рекреационной особой экономической зоны.

Апшеронский район расположен в южной части Краснодарского края в зоне отрогов Главного Кавказского хребта. По своему географическому положению и природно-климатическим условиям район идеально подходит для развития таких видов туризма, как экологический, познавательный, ландшафтный, приключенческий, экстремальный, культурно-этнический, альпинизм, спортивное ориентирование, горнолыжный спорт, дельтапланеризм, рафтинг, каньонинг, спелеотуризм, охота и рыболовство.

Основной курортно–рекреационный потенциал Апшеронского района сосредоточен на плато Лаго-Наки, т.е. в направлении горнолыжного туризма. Сдерживающим его развитие фактором является неразвитость и низкое качество гостиничной и сопутствующей инфраструктуры.

Обладающий мощным потенциалом по развитию рекреационного комплекса, этот регион характеризуется совокупностью важнейших характеристик, позволяющих прогнозировать высокую эффективность проекта по созданию туристического кластера . Сюда следует отнести:

- уникальные природно-климатические условия;
- наличие значительного количества юридически свободных земель;
- близость курортных площадок к уже существующей базовой транспортной и энергетической инфраструктуре;
- доступность трудовых ресурсов.

Уже разработанные к текущему моменту проектные решения по курортам Краснодарского края и Кавказа в целом подтверждают сопоставимость строящихся в этом регионе курортов с наиболее популярными рекреационными комплексами мира по количеству трасс, подъемников и гостиниц [1].

Реализация же туристического потенциала Северного Кавказа, где находятся самые высокие в Европе горы, характеризующиеся наиболее продолжительным периодом катания (с середины октября по июнь), позволит привлечь в регион не только туристов из государств Европы и Америки, но и отдыхающих из Индии, Китая, Японии, Южной Кореи, стран арабского мира. Будут созданы оптимальные условия и для популяризации внутреннего и въездного туризма.

Проект спортивно-туристического комплекса в районе Лагонакского нагорья направлен на освоение туристического, рекреационного и спортивного потенциала территории, в рамках создания охраняемого геологического объекта, горнолыжного спорта, а также уникальной возможности сочетания на

одной площадке зимних и летних видов спорта, предоставление разных туристических услуг, в зависимости от времени года и от особенностей погоды.

В рамках данного проекта предусматривается создание современного -рекреационного комплекса на базе действующей организации ОАО «Апшеронск-Лагонаки»; строительство инфраструктуры отдыха, предоставление конкурентоспособных услуг и обеспечение, тем самым, полноценного отдыха и укрепление здоровья отдыхающих; обеспечение круглогодичной заполняемости спортивно-туристического комплекса.

Таблица 1– Общий объем инвестиций по проекту, тыс. руб.

№ п/п	Структура инвестиций	Затраты		
		на I-м этапе освоения	на II-м этапе освоения*	на III-м этапе освоения*
1.	Общие вложения по I этапу (гостиничный комплекс)	170 711		
3.	Общие вложения по II этапу (канатная дорога)		130 000	
4.	Общие вложения по III этапу (SPA услуги)			300 000
4.	Итого объем инвестиций по проекту	601 000		
*объем инвестиций II и III этапа включены в таблицу округленно без детального анализа				

Стратегией финансирования проекта предусмотрено привлечение бюджетных субсидий в размере - 123 252 тыс. руб.

Источником финансирования проекта являются:

бюджетные ассигнования на безвозмездной и безвозвратной основе в размере – 123 252 тыс. рублей;

собственные средства – реинвестирование прибыли и амортизационных отчислений в реализацию проекта в размере 47 458 тыс. руб.

Реализацию проекта планируется начать с января 2016 г. С учетом сроков строительства, начало оказания дополнительных услуг намечено на 1-2 кв. 2017 года.

Таблица 2 – Источники финансирования проекта, тыс. руб.

№ п/п	Наименование источников	Всего по проекту	2016 г.	2017 г.
1.	Собственные средства, всего	47457,8	16336,6	31121,2
1.1.	нераспределенная прибыль (фонд накопления), амортизация основных средств	47458,5	16337,3	31121,2
2.	заемные и привлеченные средства, всего	123252,3	92769,9	30482,4
2.1.	кредиты банков	0,0	0,0	0,0
2.2.	заемные средства других организаций	123252,3	92769,9	30482,4
3.	Итого	170710,1	109106,5	61603,6

Рассчитанные ниже показатели эффективности проекта свидетельствуют о целесообразности вложения в него средств.

Таблица 3- Показатели эффективности проекта

Показатели эффективности проекта	
Ставка дисконтирования, %	16
Период окупаемости - PВ, мес.	4,35
Дисконтированный период окупаемости - DPВ, мес.	5,46
Чистый приведенный доход – NPV, тыс. руб.	18 421,5
Индекс прибыльности - PI	1,1
Внутренняя норма рентабельности - IRR, %	20

Период расчета показателей эффективности проекта равен 6 годам.

Недостатки и угрозы:

Недостаточная информированность конечного потребителя о комплексе.

Если администрация комплекса не будет заниматься деятельностью по привлечению гостей, то лишь небольшое число конечных потребителей будет осведомлено о комплексе. В составе штатного расписания комплекса должны существовать должности ответственных за маркетинговую деятельность.

Недостаточная осведомленность туроператоров о комплексе.

Как свидетельствует практика, продажи баз отдыха и их заполняемость в целом во многом зависят от широты контактов администрации с туроператорами. При недостаточности данных контактов существует риск “провалов” заполняемости.

Низкий уровень спроса на досуговый туризм в России.

Досуговый туризм, как и другие виды туризма, сильно зависит от факторов политической стабильности и степени развития экономической инфраструктуры в местах отдыха. В случае неадекватной политики российских властей в данной области, возможно падение туристической привлекательности региона, особенно для международных посетителей. Несмотря на это, в настоящее время наблюдается уверенное повышение спроса на досуговый туризм и активный отдых. В 90-е годы граждане России предпочитали отдыхать за границей, поскольку в советские времена выезд из страны был закрыт.

Сейчас, когда произошло насыщение отдыхом в зарубежных странах, всё больше людей склоняется в сторону активного отдыха на территории нашей страны.

Значение данного раздела состоит в оценке опасности того, что цели, поставленные в плане, могут быть не достигнуты. Риски и их влияние на прибыль представлены в таблице 4.

Таблица 4- Риски и их влияние на прибыль

Вид риска	Отрицательное влияние риска на ожидаемую прибыль от реализации проекта
1.Недостаточная информированность конечного потребителя о комплексе.	Невысокий уровень продаж
2.Недостаточная осведомленность туроператоров о комплексе.	Невысокий уровень продаж
3.Отсутствие регистрации комплекса в глобальных системах резервирования (GDS).	Невысокий уровень продаж
4.Низкий уровень спроса на досуговый туризм в России.	Падение спроса
5.Неэффективное использование месторасположения комплекса в целях маркетинга	Невысокий уровень продаж

Оценка вероятности наступления каждого неблагоприятного события представлена в таблице 5.

Таблица 5 – Оценка вероятности наступления каждого неблагоприятного события

Вид риска	Эксперты			Вес	Балл
	1	2	3		
1.Недостаточная информированность конечного потребителя о комплексе.	50	25	25	1/5	6,67
2.Недостаточная осведомленность туроператоров о комплексе.	25	50	50	1/5	8,33
3.Отсутствие регистрации комплекса в глобальных системах резервирования (GDS).	25	0	50	1/5	5,00
4.Низкий уровень спроса на досуговый туризм в России.	25	50	0	1/5	5,00
5.Неэффективное использование месторасположения комплекса в целях маркетинга.	75	50	25	1/5	10,00

Каждый эксперт присвоил событию вероятность его наступления:

0 – риска не существует;

25 – риск, скорее всего, не реализуется;

50 – о наступлении события ничего определенного сказать нельзя;

75 – риск, скорее всего, проявится;

100 – риск оправдан (наверняка реализуется).

Итак, в результате проведенного исследования оказалось, что наибольшую вероятность имеют следующие риски:

Неэффективное использование месторасположения комплекса в целях маркетинга.

Для устранения последствий наступления данного события будет необходимо проводить целенаправленную рекламную кампанию, делающую акцент на не тривиальность данного вида отдыха, безопасности, удаленность от цивилизации и возможность отдохнуть в «Российских Альпах».

Недостаточная осведомленность туроператоров о комплексе.

При данном событии (низком уровне продаж из-за отсутствия у туроператоров информации о комплексе) необходимо будет расширять контакты администрации с туроператорами, проводить более активно рекламную кампанию.

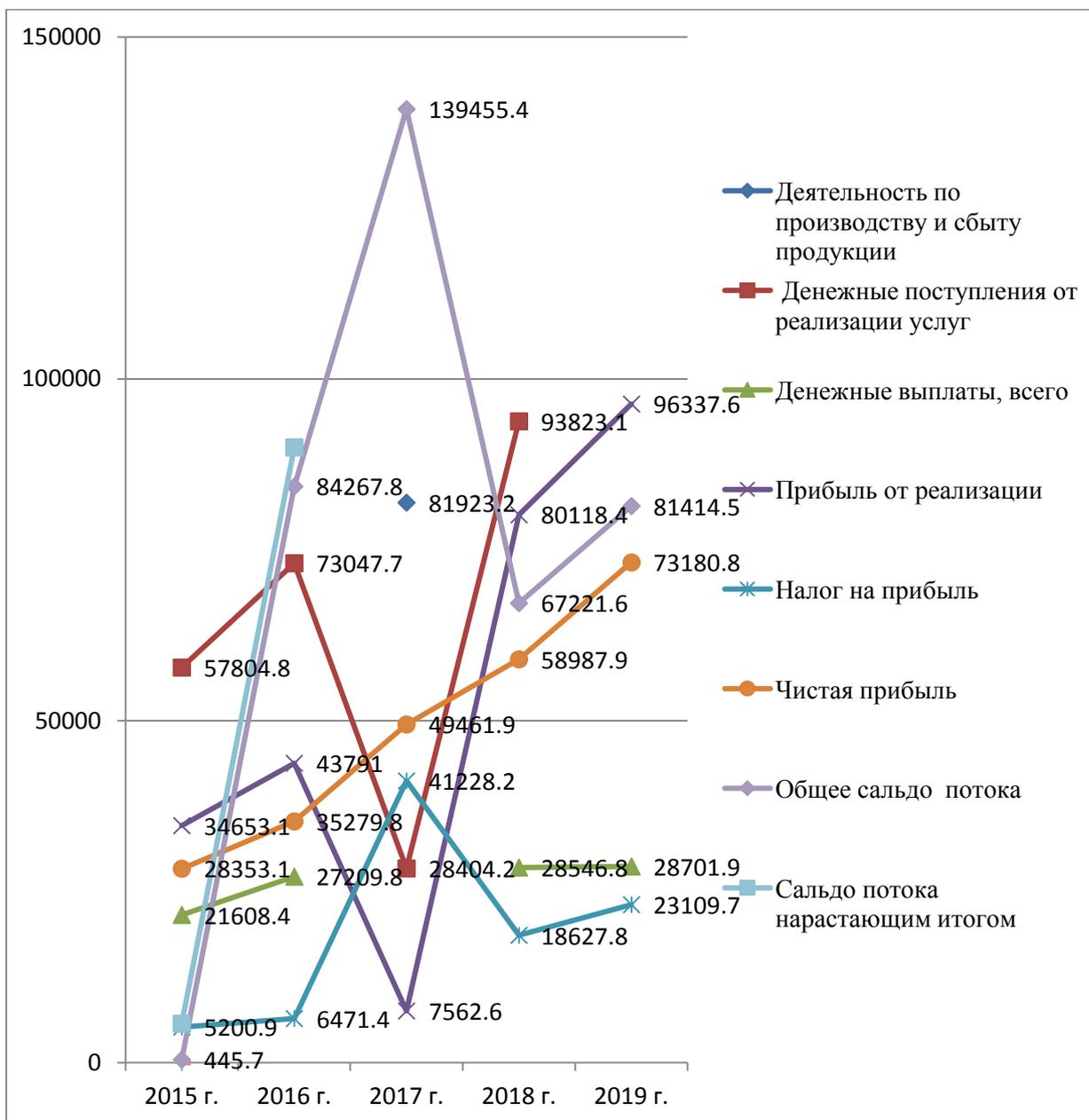


Рисунок 1 - План денежных поступлений по проекту

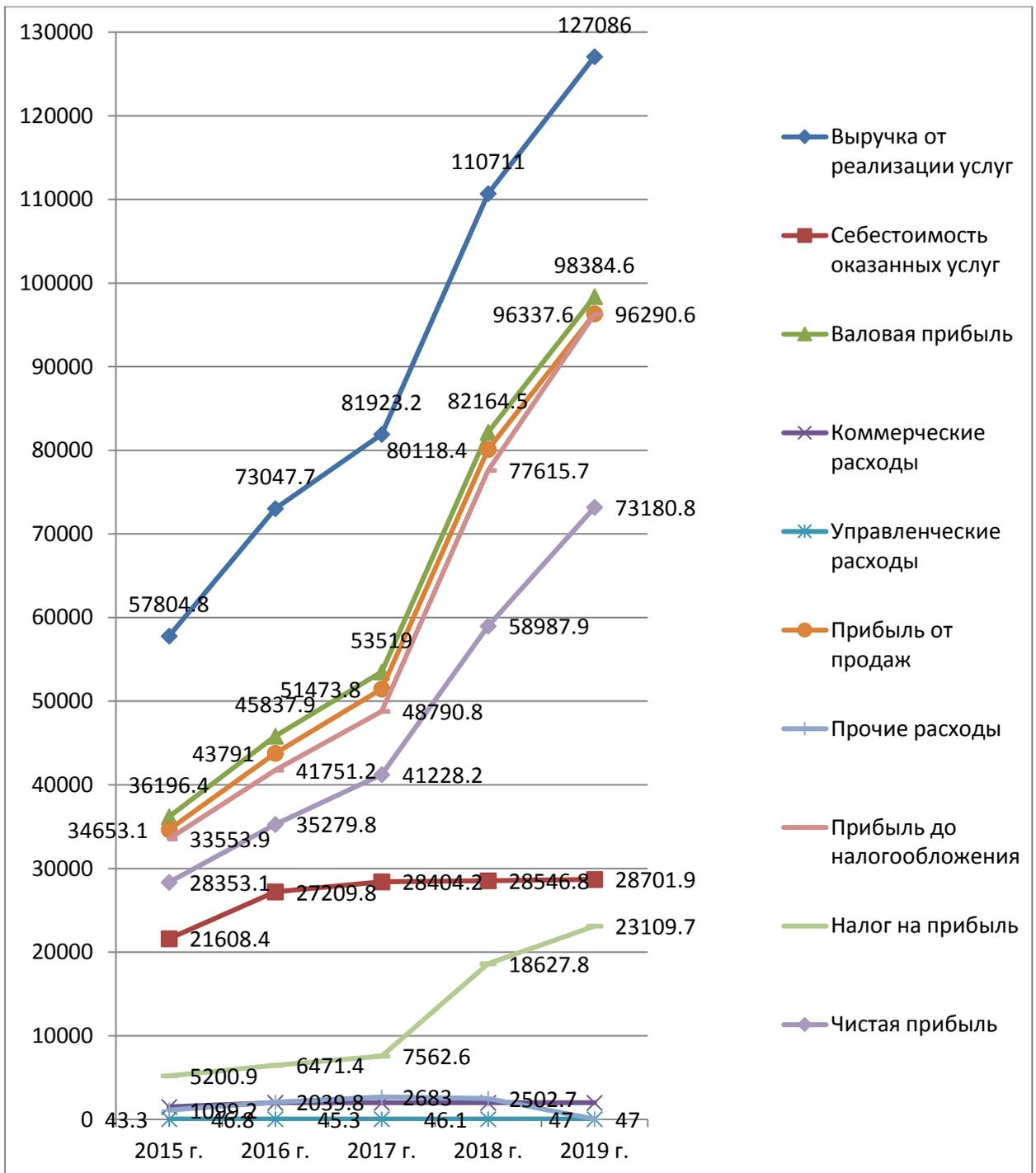


Рисунок 2 - Финансовые результаты производственной и сбытовой деятельности от проекта

Объемы денежных средств, получаемые от реализации услуг расходы на их производство, которые сформированы в соответствии с составом затрат, включаемых в себестоимость продукции (рис.1)

Результатом операционной деятельности является чистая прибыль, которая в сумме с амортизационными отчислениями вводимых основных фондов будет являться источником инвестирования.

Следует отметить, что итог денежных потоков от производственной деятельности представляет собой сумму чистых прибылей по месяцам реализации проекта и амортизационных отчислений по вновь введенным объектам. Это связано с тем, что реально начисленная сумма амортизационных отчислений остается у организации и является внутренним источником финансирования, как и прибыль. На протяжении всего расчетного периода общее накопленное сальдо имеет положительное значение.

В связи с реализацией инвестиционного проекта ОАО «Апшеронск-Лагонаки» могут возникнуть риски, связанные с осуществлением инвестиционных вложений и риски, связанные с эксплуатацией технологического оборудования [6].

Таблица 6 – Влияние различных видов рисков на прибыль, а также оценка рисков

Вид риска	Влияние на прибыль	Оценка
невыполнение обязательств поставщиком	Дополнительные затраты	0,01
несвоевременная поставка и монтаж оборудования	Дополнительные затраты на установку оборудования	0,02
превышение расчетной стоимости проекта	Увеличение срока реализации проекта	0,01
форс-мажор, материальный ущерб	Увеличение затрат по проекту	0,01

Средняя вероятность риска на этапе осуществления капитальных вложений равна:

$$(0,01 + 0,02 + 0,01 + 0,01)/4 = 0,0125$$

Это значение незначительно влияет на реализацию проекта и находится в допустимых пределах риска.

Таблица 7 – Исследования факторов экономического риска проекта

Вид риска	Отрицательное влияние на прибыль	Оценка
обслуживание низкого качества	Снижение спроса	0,02
неудовлетворительный маркетинг	Снижение спроса	0,05
неудовлетворительный менеджмент	Смещение этапов реализации проекта	0,03
Услуги не находят сбыта в нужном стоимостном выражении и в расчетные сроки (возникновение ценовых ограничений, переоценка емкости рынка или недооценка конкуренции при маркетинге)	Падение продаж или снижение цен	0,05
несвоевременность поставок сырья	Уменьшение величины чистой прибыли	0,04
возникновение необходимости в дополнительных (сверх того что предусмотрено бизнес-проектом) закупках сырья	Снижение прибыли	0,04
инфляция затрат (опережающий рост цен на сырье, энергоносители и др. статьи затрат)	Снижение прибыли из-за роста цен	0,05
удорожание финансирования (негативные изменения валютного курса)	Снижение прибыли из-за роста цен	0,004
форс-мажор, материальный ущерб	Дополнительные затраты на покрытие материального ущерба	0,01

Средняя вероятность рисков, связанных с эксплуатацией нового производства равна 0,033.

$$(0,05 + 0,02 + 0,03 + 0,05 + 0,04 + 0,04 + 0,05 + 0,004 + 0,01)/9 = 0,033$$

Суммарная вероятность рисков составляет 0,0415.

Таким образом, общий объем по рискам проекта составит 4,15 %, что является допустимым значением для инвестиционного проекта.

Проведенные исследования факторов экономического риска позволяют отметить достаточную устойчивость основных показателей, характеризующих эффективность проекта [4,5,8].

Во всем исследованном диапазоне возможного изменения параметров внешней среды эти показатели остаются в пределах, обеспечивающих эффективность проекта [6,7].

Проект ОАО «Апшеронск-Лагонаки» представляется своевременным и экономически оправданным.

Проведенный экономический анализ свидетельствует о целесообразности вложения средств в реализацию проекта. Проект для региона является высокоэффективным, отличается минимальной

степенью рискованности, его реализация будет способствовать решению социальных проблем и наполнению бюджета различных уровней [2, 5, 7].

Список использованных источников

1. Постановление правительства РФ от 02.08.2011 №644 (ред. от 18.12.2014) О федеральной целевой программе «Развития внутреннего и выездного туризма в Российской Федерации (2011–2018 годы)» [Электронный Ресурс]- [Режим доступа] URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_173268/
2. Баснукаев И.Ш. Финансовый анализ состояния предприятия: задачи и методы оценки используемых ресурсов/ И.Ш. Баснукаев // Управление экономическими системами: электронный научный журнал. – 2012. – № 45. – С. 43.
3. Богославский Д.И. Реализация механизмов кредитования инвестиционных проектов в условиях кризиса/Д.И. Богославский, О.А. Огорокова //В сборнике: Инновационная наука: прошлое, настоящее, будущее. сборник статей Международной научно-практической конференции: в 5 частях. 2016. – С. 78-83.
4. Буркова Я.Л. Инвестиционная политика России в условиях глобализации/ Я.Л. Буркова, О.А. Огорокова //Инновационная наука. – 2016. № 3-1.– С. 34-37.
5. Коровайная Е.М. Основные принципы реализации инвестиционного проекта/ Е.М. Коровайная, О.А. Огорокова //В сборнике: Проблемы, перспективы и направления инновационного развития науки. сборник статей Международной научно-практической конференции: в 3-х частях. 2016.– С. 88-92.
6. Огорокова О.А. Финансовое планирование производственной и предпринимательской деятельности в условиях неопределенности и риска/ О.А. Огорокова, М.А. Кондранина //Экономика и социум. – 2016. № 5-3 (24).– С. 424-431
7. Огорокова О.А. Современные аспекты региональной финансовой политики/ О.А. Огорокова, К.В. Власова //Экономика и социум. – 2016. № 1 (20).– С. 717-723..
8. Огорокова О.А. Индикаторы инвестиционной активности региональных рынков в условиях интеграции/ О.А. Огорокова //В сборнике: Российская экономическая модель-5: настоящее и будущее аграрного, индустриального и постиндустриального секторов. Сборник статей по материалам Международной научно-практической конференции, посвященной 55-летию экономического факультета КубГАУ. – 2015. – С. 431-440.

СЕКЦИЯ №4.

БУХГАЛТЕРСКИЙ УЧЁТ, СТАТИСТИКА (СПЕЦИАЛЬНОСТЬ 08.00.12)

ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ УЧЕТА ПО ЦЕНТРАМ ФИНАНСОВОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ В ТОРГОВЛЕ

Адамова Г.А., Свиридова Э.А.

Государственный университет управления, г. Москва

В мире современного бизнеса одной из основных задач управленческого аппарата торгового предприятия является выделение центров финансовой ответственности, что является ключевым моментом постановки управленческого учета хозяйствующего субъекта.

Среди ученых и исследователей отсутствует единый подход к определению понятия «центр ответственности», но основными сущностными признаками его идентификации является обособленность от других структурных подразделений предприятия и установление ответственности менеджера за показателями деятельности, которые он контролирует. Таким образом, под центром ответственности понимается структурное подразделение предприятия, возглавляемое менеджером, осуществляющим

контроль и несущим ответственность за возникновение издержек, получение доходов, использование инвестиционных ресурсов и т.д. Выделение центров ответственности основано на децентрализации управления и делегирования полномочий и ответственности от высших звеньев управления к низшим [1].

Реализация товаров предприятиями с использованием различных каналов сбыта, в том числе и с использованием посредников, приводит к формированию дифференцированных видов расходов. Предоставление оперативной и достоверной информации для нужд управления по понесенным расходам при реализации товаров по различным каналам сбыта является неотъемлемой составляющей успешного управления товарооборотом торгового предприятия. В связи с этим, считаем целесообразным учет расходов, связанных с реализацией товаров по различным каналам сбыта, осуществлять по центрам ответственности.

При выделении центров ответственности на предприятиях торговли следует учитывать их иерархическое построение, которое предусматривает выделение центров дохода, центров затрат, центра прибыли и центра инвестиций. Организация системы учета по центрам ответственности должна осуществляться в определенной последовательности. Можно выделить следующие этапы организации учета по центрам ответственности в торговле. (рис. 1)



Рисунок 1. Этапы организации учета по центрам ответственности предприятий торговли

Таким образом, мы предлагаем рассмотреть вышеуказанные семь этапов организации учета по центрам финансовой ответственности организаций торговли.

1. Определение общей цели деятельности предприятия и его промежуточных задач. Главная цель любого предприятия – успешное функционирование и развитие. Главная цель хозяйствования предприятия торговли – максимизация прибыли, что достигается путем выполнения поставленных промежуточных задач.

2. Выделение соответствующих центров с целью закрепления ответственности конкретных лиц. Конкретизация ответственности за понесенные расходы и полученные доходы предприятием торговли является эффективным средством контроля, который, в свою очередь, является важным и необходимым элементом четкого и своевременного принятия управленческих решений. На предприятиях торговли, использующих различные каналы сбыта продукции, высшее руководство приобретает статус центра прибыли и центра инвестиций. Данная ситуация связана с тем, что результаты функционирования предприятия (размер полученной прибыли или понесенных убытков) анализируются и контролируются во

взаимосвязи с суммой капитала, вложенного собственниками в его активы. То есть сумма полученной прибыли сравнивается с суммой инвестиций в развитие предприятия.

3. Распределение сферы полномочий и ответственности работников каждого центра ответственности. Деятельность центров ответственности обычно регулируется следующими документами: Положением о центре ответственности, договором между центром ответственности и руководством предприятия, Положением о внутреннем ценообразовании, системой бюджетирования. Распределение сферы полномочий и ответственности работников каждого центра ответственности осуществляется на основе соответствующей распорядительной документации и должностных инструкций работников.

Выделение центров ответственности выдвигает более высокие требования к организации работников предприятия в части соблюдения финансовой дисциплины, выполнения регламентов бюджетирования и др. Поэтому для обеспечения эффективной организации функционирования и развития центров ответственности торгового предприятия предлагаем разработать и утвердить Регламент функционирования центров ответственности. Данный документ должен регулировать организационные вопросы функционирования центров ответственности предприятия, определять порядок взаимодействия и координации деятельности структурных элементов центра ответственности и организацию отчетности.

4. Закрепление расходов по отдельным центрам ответственности и составления бюджета для каждого центра ответственности. Формирование сводного бюджета доходов и расходов предприятия торговли при выделении центров ответственности предусматривает необходимость формирования операционных бюджетов по разным аналитическим разрезам и признакам (по видам товаров, по подразделениям, по покупателям, по регионам и т.д.). Учитывая специфику деятельности торговли и использование различных каналов сбыта, считаем целесообразным при формировании консолидированного бюджета расходов и доходов выделять операционный бюджет доходов и расходов в зависимости от каналов сбыта товаров. В частности, следует выделять расходы и доходы от реализации товаров с использованием коммерческого посредничества, расходы и доходы от реализации товаров на основе прямых связей и каналов распределения.

5. Определение порядка отчетности и состав форм отчетности о результатах деятельности центров. Определение фактических показателей и результатов функционирования центров ответственности торгового предприятия, их отклонений от планов, оценку недостатков и отработки альтернативных вариантов, их устранение возможно благодаря разработке порядка отчетности центров ответственности. Изучение наработок авторов по разработке отчетности центров ответственности свидетельствует об отсутствии единого подхода к установлению показателей и статей такой отчетности, выделении ее видов и процедур к ее составлению.

Ю.Д. Майкова [2] подчеркивает необходимость разработки форм внутренней отчетности деятельности центров ответственности, которые целесообразно применять для осуществления контроля за соблюдением сметы расходов. Вместе с тем, автором не указаны показатели, которые должны отражаться в такой внутренней отчетности, порядок ее составления и предоставления заинтересованным пользователям.

Среди наработок ученых стоит также выделить работы, в которых авторы приводят перечень показателей и предлагают форму отчета о результатах деятельности центра ответственности. «В конце отчетного периода в каждом центре ответственности необходимо составлять отчет о результатах деятельности, - как отмечает Г.А. Партия и И.П. Вознюк, - в котором целесообразно выделить переменные и постоянные затраты, контролируемые руководителем центра, а также распределенные на подразделение постоянные расходы, которые менеджер подразделения не контролирует» [3]. Однако, исследователи не акцентируют внимание на необходимости предоставления информации об эффективности функционирования центров ответственности, результаты анализа отклонений и причин их возникновения.

6. Анализ причин отклонений и установления виновных лиц, оценка эффективности деятельности центров. При осуществлении контроля за этими отклонениями необходимо исходить из того, что та часть, которая не зависит от деятельности данного центра ответственности, довольно легко отразить в учете, так как она находится под контролем лиц, непосредственно заинтересованных в их фиксации. Дополнительные усилия по ликвидации таких отклонений, как правило, стимулируются дополнительной оплатой, т.е. поощряются. Для повышения достоверности данных такого контроля необходимо иметь подтверждающую информацию, осуществлять подтверждающий контроль. Оценка отклонений требует разработки процедуры взаимоотношений участников хозяйственного процесса, с тем чтобы ее объективность и достоверность также находились под взаимным контролем работников.

7. Проведение оперативного анализа отклонений фактических затрат от запланированных, осуществление управления по отклонениям. Оперативный анализ отклонений – это определение: отношения к ним менеджеров в конкретной хозяйственной ситуации; последствий этих отклонений для процесса производства в данных условиях (устраняемые, неустраняемые, нежелательные); его влияния на расход ресурсов как по стоимости, так и в натуральной величине (экономия, перерасход, неизменность затрат), и результат производства (потери, дополнительный эффект).

Таким образом, предприятиям торговли присуща усложненность и разветвленность организационной структуры, значительные объемы хозяйственных операций, что приводит к необходимости поиска эффективных систем управления расходами и доходами. Необходимость идентификации ответственности структурных подразделений предприятия по экономическим показателям деятельности предприятия торговли в целом обуславливает необходимость выделения механизма организации учета по центрам ответственности в торговле. По результатам исследования приведены основные предложения по совершенствованию процесса организации управленческого учета по центрам ответственности в торговле.

Список литературы

1. Адамова Г.А. Организация управленческого учета по местам возникновения затрат и центрам ответственности // Учётно-аналитические инструменты развития инновационной экономики: материалы II Междунар. науч. конф., АГТУ, 2011, С.149-154.
2. Майкова Ю.Д. Организация учета затрат по центрам ответственности / Ю.Д. Майкова // Сборник научных работ НТУ «ХПИ»: Наука и образование - залог развития. - НТУ «ХПИ», 2013. - С. 73-74.
3. Партия Г.А. Управление затратами по центрам ответственности и оценки его эффективности / Г.А. Партия, И.П. Вознюк // Управление в сфере финансов, страхования и кредита: Тезисы доклада Всерос. научно-практической. конф. 8-10 ноября 2015 - Л.: Изд-во Гос. ун-та «Липецкая политехника», 2015. - С. 255.

РИСКИ ВБУХГАЛТЕРСКОМ УЧЕТЕ И ОТЧЕТНОСТИ

Бочкарева И.И.

Санкт-Петербургский государственный университет, г. Санкт-Петербург

Тема риска и управления риском в настоящее время имеет особую актуальность, так как финансовое положение организации в значительной степени определяется ее умением построить систему эффективного управления риском. Вместе с тем существует множество трактовок категории риска в различных сферах деятельности человека.

В области экономической науки работы, посвященные исследованиям связи риска, неопределенности и финансовых результатов, появились в двадцатом веке и связаны с именами американских экономистов Ф. Найта, Д.М. Кейнса, Г. Марковица, Д.Неймана и многих других.

Трактовка термина «риск» многозначна. Можно утверждать, что этот термин происходит от латинского *rescum*, обозначающего непредсказуемость, опасность или то, что разрушает. В Словаре русского языка Ожегова С.И. риск определяется как «возможная опасность», «действие на удачу».

Нормативное определение категории риска приведено в Национальном стандарте «Менеджмент риска» ГОСТ Р 51897-2011/Руководство ИСО 73:2009, где риск – следствие влияния неопределенности на достижение поставленных целей. Под следствием влияния неопределенности понимается отклонение от ожидаемого результата или события (позитивное и/или негативное).

В научной литературе отсутствует единое определение понятия «риск». В работе А.Е Шевелева, Е.В. Шевелевой «Риски в бухгалтерском учете»[4] проанализированы существующие определения категории «риска» по 28 источникам, на основании анализа можно сделать общий вывод, что риск понимается как «возможность потерь» или как «деятельность, направленная на получение максимальной прибыли».Различие в трактовках имеет существенное значение, потому что приводит к построению различных систем показателей, определяющих величину риск.

Большинство ученых склоняются к первой из вышеприведенных трактовок риска. Так Ковалев В.В. и Ковалев Вит. В. утверждают, что «риск может быть определен как потенциальная опасность, угрожающая объекту наблюдения каким-либо вредом» [2].

Выдающийся ученый в области бухгалтерского учета Я.В. Соколов кратко и содержательно характеризует риск, как «возможность наступления чего-то неприятного»[3]. Я.В. Соколов отмечал важность решения проблемы отражения риска в учете и отчетности: «анализ ситуации, предшествующий принятию любых решений в области экономики – это, во многом, определение и оценка связанных с ними рисков. Принятие решения - это выбор приемлемого для принимающего решение уровня соответствующих рисков. Бухгалтерская отчетность – это информационная основа принятия управленческих (экономических) решений. Следовательно, бухгалтерская информация должна быть и информацией о рисках – основой для оценки рисков участниками хозяйственной жизни» [3]. Развивая мысль Я.В. Соколова, можно утверждать, что в финансовой отчетности должна быть представлена информация о видах риска, показателях величины риска, вероятности потерь и методах его уменьшения (игнорирование, избегание, хеджирование, передача риска).

Требования представлять информацию о рисках и методах управления риском содержится как в российских, так и международных стандартах бухгалтерского учета и отчетности.

Российские стандарты регулируют раскрытие в части информации о риске следующих образом:

1. ПБУ 4/99 «Бухгалтерская отчетность организации», п. 39: «организация может представлять дополнительную информацию, сопутствующую бухгалтерской отчетности, если исполнительный орган считает ее полезной для заинтересованных пользователей при принятии экономических решений. В ней раскрываются динамика важнейших экономических и финансовых показателей деятельности организации за ряд лет; планируемое развитие организации; предполагаемые капитальные и долгосрочные финансовые вложения; политика в отношении заемных средств, управления рисками.....»;

2. ПБУ 8/2010 «Оценочные обязательства, условные обязательства и условные активы», п. 18б: «при определении величины оценочного обязательства принимаются в расчет риски и неопределенности, присущие этому оценочному обязательству».

3. ПБУ 12/2010 «Информация по сегментам» п.6: «При выделении информации по отчетным сегментам принимаются во внимание общеэкономические, валютные, кредитные, ценовые, политические риски, которым может быть подвержена деятельность организации».

Данные стандарты РПБУ определяют лишь общие требования к отражению информации о риске и методах управления риском. Конкретные требования установлены в нормативном документе - Информация Министерства финансов РФ № ПЗ-9/2012 «О раскрытии информации о рисках хозяйственной деятельности организации в годовой бухгалтерской отчетности». В этом документе дана классификация рисков, подлежащих раскрытию в финансовой отчетности (финансовые, правовые, страновые, региональные, репутационные и др.), раскрывается их содержание, в общем виде формулируются требования к показателям и пояснениям [1]. При этом информация о рисках должна представляться как составляющая системы внутреннего контроля я совершаемых фактов хозяйственной жизни организации. Отметим, что в части финансового риска данный документ ориентирует на правила, установленные международными стандартами финансовой отчетности

Согласно МСФО IFRS 7 «Финансовые инструменты: раскрытие информации». Целью настоящего МСФО (IFRS) является установление требований к компаниям по представлению в их финансовой отчетности информации, позволяющей пользователям оценить: насколько существенным является влияние финансовых инструментов на финансовое положение и финансовые результаты деятельности компании; и характер, а также размер рисков, которым предприятие подвержено в течение периода и на конец отчетного периода в связи с финансовыми инструментами, и каким образом предприятие управляет этими рисками. Таким образом МСФО детально определяет требования к финансовым рискам. Особое внимание в МСФО уделено такому методу управления риском, как хеджирование.

Различия в требованиях к представлению информации о рисках в РПБУ и МСФО приводит к существенному различию разделов, посвященных риску в отчетности, составленной по российским и международным стандартам.

Продемонстрируем данные различия на материале финансовой отчетности ПАО «Аэрофлот» за 2015 год.

В отчетности по РСБУ информация о риске и методах управления риском представлены в разделе «Корпоративная система управления рисками» Пояснений к бухгалтерской(финансовой) отчетности.

Прежде всего приводится характеристика организационной структуры данной системы, ее целей и функций, а также документов (карты рисков и пр.) и отчетности.

В разделе последовательно рассматриваются все риски, перечисленные в информационном письме Минфина [1], такие как финансовые, правовые, страновые, региональные, репутационные. Особое внимание уделяется финансовому риску (рыночному, кредитному и ликвидности). При этом по рыночному риску (ценовому, валютному и процентному) данные о их величине не приводятся, нет оценки эффективности применяемого метода финансового хеджирования. Сведения о применяемых производных финансовых инструментах не приводятся. Наиболее подробно описаны методы управления кредитным риском, которые предполагают рейтинговую оценку и расчет лимита кредитного риска контрагентов (банков, агентов и др.). Убытки, связанные с дефолтом контрагентов, оцениваются с высоким уровнем вероятности. Для снижения риска ликвидности внедрена система планирования входящих и выходящих денежных потоков.

Дополнительная информация приводится по специфическим видам риска, присущим компании в силу специфики производственной деятельности, - операционный, авиационный, неавиационный, колебания спроса, конкуренции. Здесь следует выделить авиационный и неавиационный риск. Они подлежат страхованию, и в отчетности указывается данные о структуре и величине сумм страхования. Остальные виды дополнительного риска не страхуются, поэтому в отчетности перечисляются лишь мероприятия, позволяющие их контролировать.

В отчетности по МСФО информация о риске и методах управления риском представлены в разделе «Риски, связанные с финансовыми инструментами». В данном разделе раскрывается уровень и методы управления финансовыми рисками, которые включают рыночный риск (валютный риск, риск изменения процентных ставок и риск изменения цен на топливо), кредитный риск, риск ликвидности и риск, связанный с изменением капитала. Для оценки уровня каждого вида риска используются не только качественные, но и количественные показатели.

Риск ликвидности характеризуется динамикой недисконтированных денежных потоков по финансовым обязательствам. В качестве метода управления ликвидным риском указано детальное планирование и прогнозирование денежных потоков для обеспечения ликвидности на достаточном уровне. Гибкость финансирования погашения финансовых обязательств обеспечивается за счет доступности кредитных линий.

Величина валютного риска определяется исходя из номинальной стоимости финансовых инструментов, приводится оценка влияния на финансовый результат (капитал) изменения курса иностранных валют. В качестве инструмента хеджирования используются валютные опционы и валютно-процентные свопы.

Риск изменения процентных ставок прежде всего связан с изменением стоимости привлеченных кредитов и займов (фиксированная процентная ставка) и будущих денежных потоков (плавающая процентная ставка). Расчеты изменения величины обязательств по заемным средствам из-за вида процентной ставки демонстрируют, что изменение плавающей процентной ставки в пределах до 20 процентных пунктов не имеет существенного влияния на финансовый результат.

Существенное влияние на финансовый результат для компании имеет ценовой риск на авиатопливо, при этом устанавливается пороговая величина допустимого изменения нефти марки «Брент», при которой это влияние не существенно. Компания частично хеджирует потери соглашениями с банками и топливными опционами.

Информация о кредитном риске в большой степени соответствует данным отчетности, составленной по российским стандартам. Компания осуществляет политику концентрации риска с надежными контрагентами.

Учитывая, что компания использует финансовое хеджирование, информация об используемых производных инструментах и результатах хеджирования представлена в различных разделах основных форм отчетности и в других разделах Пояснений.

В отчете о финансовом состоянии в активе баланса выделены ПФИ, приносящие доход, как финансовые активы, а пассиве ПФИ, приносящие убыток, как финансовые обязательства. В разделе капитал отражается резерв по инструментам хеджирования.

В отчете о финансовых результатах отдельной строкой представлены результаты хеджирования, относимые на финансовые результаты, в составе прочего совокупного дохода отражается прибыль (убыток) от изменения справедливой стоимости хеджирующих ПФИ, а также эффект от хеджирования выручки валютными обязательствами.

В отчете о движении денежных средств представлена информация о выплатах по операциям с ПФИ в разделе финансовой деятельности.

В Пояснениях информация о производных финансовых документах приводится в следующих разделах: «Представление финансовых инструментов по категориям оценки», «Производные финансовые инструменты», «Справедливая стоимость финансовых инструментов». В данных разделах дана характеристика используемых ПФИ (валютно-процентных свопов, топливных и валютных опционов, процентных свопов), приводятся детальные данные о их движении, определены принципы формирования их справедливой стоимости на основе анализа спотовых и прогнозных цены по базовому активу и их волатильности.

В заключение можно сделать вывод о существенных различиях в представлении информации о рисках в отчетности, составленной по РПБУ и МСФО. В отчетности по РПБУ информация раскрывается только в Пояснениях и о всех видах риска как финансовых, так и нефинансовых. При этом количественная оценка риска, подробная информация о хеджирующих ПФИ и эффективности хеджирования отсутствует. В отчетности составленной по МСФО содержится информация только о финансовых рисках. Детально представлена информация о количественной величине риска, хеджирующих ПФИ и эффективности хеджирования как в основных формах отчетности, так и в Пояснениях.

Список литературы

1. Информация Министерства финансов РФ № ПЗ-9/2012 «О раскрытии информации о рисках хозяйственной деятельности организации в годовой бухгалтерской отчетности».
2. Корпоративные финансы и учет: понятия, алгоритмы, показатели: учебное пособие / В. В. Ковалев, Вит. В. Ковалев. – 3-е изд., перераб. и доп. – Москва: Проспект, 2015. – 1000 с.
3. Соколов Я.В. «Риск как предмет бухгалтерского учета» [Электронный ресурс] // Бух.1С Интернет-ресурс для бухгалтеров.
4. Шевелев А.Е. Риски в бухгалтерском учете: учебное пособие / А.У. Шевелев, Е.В. Шевелева. - 2-е изд., перераб. и доп. М.: КНОРУС, 2013

АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ УЧЕТА ЗАТРАТ И ВЫХОДА ПРОДУКЦИИ ЖИВОТНОВОДСТВА

Дегальцева Ж. В., Лиманская Е. А., Китнюк М. В.

Кубанский государственный аграрный университет им. И. Т. Трубилина, г. Краснодар

Кризисная ситуация последних лет в стране привела к снижению объемов и эффективности производства животноводческой продукции, при этом себестоимость продукции ежегодно растет и не дает получать большой прибыли товаропроизводителю, и зачастую получается так, что эта отрасль остается убыточной. Эта проблема является на сегодняшний день особенно актуальной и перед аграрными организациями стоит задача по снижению затрат на производство продукции животноводства. Вклад многих ученых в решении данной проблемы обусловлен вопросами организации и совершенствования учета и контроля затрат без привязки к технико-технологическим особенностям, характерным для отраслей, подотраслей и видов деятельности. Ретроспективный анализ литературных источников по данной проблеме свидетельствует о том, что данный объект учета вроде бы изучен настолько полно и всесторонне, что и менять ничего не следует. Однако нами установлено, что недостаточно аналитично представлен состав и структура затрат в племенном животноводстве, не разработан порядок организации учета затрат по бизнес-процессам и видам работ во взаимосвязи с местами возникновения затрат, отсутствует научно-обоснованная методика управленческого анализа и контроля, удовлетворяющая интересы внутренней группы пользователей.

Агропромышленная политика правительства РФ сегодня направлена на то, чтобы сделать эту отрасль высокоэффективной и конкурентоспособной, существенно повысить надежность обеспечения страны продукцией сельского хозяйства, улучшить ее качество и повысить заинтересованность в конечном результате товаропроизводителей. Союз товаропроизводителей молочной продукции ставят своей целью повышение эффективности не только молокоперерабатывающих организаций, а рост устойчивой

эффективности производителей молока. Данное обстоятельство характерно для всех отраслей животноводства.

В настоящее время с этими проблемами уже столкнулась наша страна, в частности, из-за импортозамещения и нехватки специализированных ферм по содержанию крупного рогатого скота, свиней, овец, для обеспечения всех регионов страны продукцией животноводства.

Основным дескриптором – показателем эффективной работы в финансовом, налоговом, управленческом учете является себестоимость производства продукции или отдельного вида работы. В разное время и разные зарубежные авторы давали множество различных определений понятия «себестоимости». Отдельные ученые и практики считают, что понятия «индивидуальные издержки производства», «индивидуальные производственные затраты» и «индивидуальная себестоимость» необходимо рассматривать как тождественные, выражающие фактические затраты отдельных хозяйственно обособленных организаций при конкретных условиях производства [2, 3].

Американские ученые Р. Энтони и Дж. Рис отмечают, что следует отождествлять себестоимость и издержки, а расходы считать статьей издержек, относящихся к текущему отчетному периоду.

А Хоружий Л. И., Говдя В. В. придерживались стандартного определения себестоимости, т. е. себестоимость продукции - это выраженные в денежной форме затраты на ее производство и реализацию [2, 3, 8].

В связи с этим, можно говорить о том, что четкого определения и понятия «себестоимость», которое считалось бы на сегодняшний день единственно правильным и неопровержимым до сих пор не существует. В разных странах, на разных континентах и у разных национальностей существует собственное определение этой экономической категории. И сейчас в XXI веке мировое сообщество не смогло договориться о едином содержании дефиниции «себестоимость». Это свидетельствует в первую очередь о многогранном понятии и назначении данного показателя и несомненной важности его в жизни общества.

Упоминания о себестоимости ведутся и в разрезе нормативных положений, в частности, в Положениях по бухгалтерскому учету «Бухгалтерская отчетность организации» (ПБУ 4/99), «Расходы организации» (ПБУ 10/99), в Положении по ведению бухгалтерского учета и бухгалтерской отчетности в РФ. В Положении по бухгалтерскому учету «Расходы организации» (ПБУ 10/99) отмечено, что для целей формирования организацией финансового результата от обычных видов деятельности определяется себестоимость проданных товаров (продукции, работ, услуг), которая формируется на базе расходов по обычным видам деятельности, признанных как в отчетном году, так и в предыдущие отчетные периоды, и переходящих расходов, имеющих отношение к получению доходов в последующие отчетные периоды, с учетом корректировок, зависящих от особенностей производства продукции, выполнения работ и оказания услуг и их продажи, а также продажи (перепродажи) товаров. При этом коммерческие и управленческие расходы могут признаваться в себестоимости проданных продукции, товаров, работ, услуг полностью в отчетном году их признания в качестве расходов по обычным видам деятельности [5]. Указанная «формулировка» довольно расплывчата. Однако другого определения в нормативных актах по бухгалтерскому учету мы не имеем.

Согласно данному положению, все расходы на производство и реализацию продукции в зависимости от их экономического содержания можно сгруппировать по следующим элементам:

- 1) материальные затраты;
- 2) затраты на оплату труда;
- 3) отчисления на социальные нужды;
- 4) амортизация;
- 5) прочие затраты [5].

Однако данного перечня элементов затрат не достаточно для учета затрат в животноводстве. Особенно скупа данная информация для принятия рациональных управленческих решений, связанных с технико-технологическими особенностями производства продукции животноводства. Укрупненные группы расходов необходимо детализировать на отдельные статьи затрат с учетом технологических процессов и стадий производства, учитывающих специфику подотраслей животноводства.

В Налоговом кодексе понятие «себестоимости», как таковое отсутствует и бухгалтерам приходится пользоваться при его расчете действующими Положением по бухгалтерскому учету «Расходы организации» (ПБУ 10/99) [4].

Изучая данную проблему, мы пришли к еще одному выводу, а именно: понятие «себестоимости» как экономической категории очень важно на сегодняшний день не только для организаций, но и имеет

важную социальную составляющую, важна для населения, определяя его покупательную способность и рост потребностей в готовой продукции животноводства. Поэтому необходима разработка нормативных документов, которые смогут четко и прямо дать все ответы и разъяснения, определяющие понятие экономической категории «себестоимость» и ее правильного исчисления.

После вступления России в ВТО в 2012 г. необходимость в создании единого экономического пространства и непрерывное развитие национальных экономик ведут к необходимости унификации бухгалтерского учета и отчетности и приведению основных принципов ведения производственно-финансовой деятельности в соответствие с международными стандартами. Россия, как один из крупнейших мировых торговых партнеров, после вступления в ВТО, подошла к обязательному внедрению МСФО. Согласно стратегии развития нашей страны до 2030 г. Россия должна будет использовать стандарты МСФО, что в свою очередь позволит унифицировать принципы и содержание отражения объектов учета в системе бухгалтерской финансовой отчетности, но и осуществлять систему контроля за отдельными фактами хозяйственной жизни в бухгалтерском финансовом и управленческом учете.

Международные финансовые стандарты позволяют повысить прозрачность деятельности организаций, расширяют возможности их всестороннего анализа, упрощают доступ к международным рынкам, обеспечивают возможность получения кредитов в развитых странах на более выгодных условиях и под более выгодные проценты. Необходимо это для того, чтобы повысить инвестиционную привлекательность российской экономики и одновременно дать возможность российским организациям на взаимовыгодных условиях участвовать в международном разделении труда и капитала, что обеспечит быстрый рост развития как экономики в целом, так и развитие отдельных отраслей так необходимых на сегодняшний день [1, 9].

Список литературы

1. Агеева, О. А. Международные стандарты финансовой отчетности: учеб. для вузов / О. А. Агеева, А. Л. Ребизова. - М.: Юрайт, 2013. - 447 с.
2. Говдя, В. В. Калькуляционная концепция развития учетно-аналитических систем экономических агентов рынка / В. В. Говдя, Е. А. Тончу, А. А. Ремезков // Политематический сетевой электронный научный журнал Кубанского государственного аграрного университета. 2014. № 98. С. 1174-1192.
3. Говдя, В. В. Управление затратами и калькулирование продукции в молочном скотоводстве / В. В. Говдя, Ж. В. Дегальцева // Вестник АПК Ставрополья. 2014. № 2 (14). С. 216-221.
4. Налоговый кодекс Российской Федерации – часть первая от 31 июля 1998 г. № 146-ФЗ и часть вторая от 5 августа 2000 г. № 117-ФЗ (с изм. и доп.)
5. Положение по бухгалтерскому учету ПБУ 10/99 «Расходы организации»: утв. приказом Минфина РФ от 6 мая 1999 г. № 33н.
6. Постникова, Л. В. Переработка молока при производстве молочной продукции / Л. В. Постникова // Бухучет в сел. хоз-ве. – 2015. № 2 с. 50-54
7. Учет затрат, калькулирование и бюджетирование а отраслях АПК / И. Т. Трубилин, В. В. Говдя, Ж. В. Дегальцева. Краснодар: 2009.
8. Хоружий, Л. И. Варианты методов учета биологических активов и сельскохозяйственной продукции / Л. И. Хоружий // Бухучет в сел. хоз-ве. 2013. № 3. С. 13-24.
9. Шишкоедова, Н. Н. Актуальные вопросы организации учета биологических активов / Н. Н. Шишкоедова // Бухучет в сел. хоз-ве. 2012. № 6. С. 25-27.

МОДЕЛЬ ОРГАНИЗАЦИИ ДОКУМЕНТООБОРОТА ПРИ ПОЗАКАЗНОМ МЕТОДЕ УЧЕТА ЗАТРАТ НА ПРОИЗВОДСТВО

Романькова Т.В., Ёлгина Е.А.

Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего профессионального образования «СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
Торгово-экономический институт

Аннотация. Статья посвящена вопросу организации учета затрат на производственных предприятиях. Раскрываются задачи, сущность, достоинства и недостатки позаказного метода учета затрат. Особое внимание уделено разработке и заполнению формы производственного заказа.

Ключевые слова: затраты; методы учета затрат; позаказный метод учета затрат; производственный заказ; себестоимость.

Метод учета затрат на производство выражается в определенной последовательности взаимосвязей, приемов и способов контроля и отражения затрат в документации и регистрах бухгалтерского учета и на основании созданной информации, калькулирования себестоимости продукции. (Вахрушина)

Формирование системы учета затрат необходимо для принятия управленческих и стратегических решений (ценообразование, устранение различных видов потерь, повышение качества продукции).

Целью данной статьи является разработка модели по организации документооборота при позаказном методе учета затрат на производственном предприятии по изготовлению металлических конструкций и изделий.

Позаказный метод учета затрат используется при индивидуальном и мелкосерийном производстве сложных изделий. Объектом учета при данном методе является производственный заказ, при этом учет затрат осуществляется по каждому заказу отдельно.

При получении заказа на изготовление металлоконструкций и изделий, с заказчиком оформляется договор и приложения к нему, в котором оговаривается наименование продукции, количество, договорная стоимость, сроки выполнения и другие условия. После подписания договора оформляется производственный заказ, который и является объектом данной методики учета.

Форма производственного заказа может быть самостоятельно разработана предприятием и утверждается руководителем на основании требования федерального закона от 06.12.2011 года № 402-ФЗ «О бухгалтерском учете». Пример формы производственного заказа представлен на рисунке 1.

На малых предприятиях, в связи с небольшим штатом сотрудников, ответственным структурным подразделением за заполнение производственного заказа является бухгалтерия.

Графы 1 и 3 данной формы заполняются на основании спецификации к договору на изготовление металлических изделий заключенного с заказчиком, в первой графе указывается наименование изделий, в третьей графе – количество. В графе 2 указывается номер чертежа, на основании которого будут изготавливаться изделия.

Производственный заказ № 1 от 11 "января" 2016 г.

Заказчик ООО "АЛЬФА"

Наименование продукции	№ чертежа	Количество, шт.	Плановая с/с изделия, руб	Плановая с/с изделий, руб	Договорная стоимость ед. изделия, руб. без НДС	Договорная стоимость изделий, руб. без НДС	Фактическая с/с ед. изделия, руб.	Фактическая с/с изделий, руб.	Примечание
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Изделие №1	Ч-1	10	450	4500	1000	10000	500	5000	
Изделие №2	Ч-2	20	750	15000	1500	30000	770	15400	
Изделие №3	Ч-3	30	550	16500	1300	39000	620	18600	
Итого	х	60	х	36000	х	79000	х	39009	х

Руководитель _____
 Начальник снабжения _____
 Начальник производства _____

Рисунок 1 – Производственный заказ

Для расчета плановой и фактической себестоимости производственного заказа необходимо составить еще ряд внутренних документов производственного учета:

- расчет плановой себестоимости заказа;
- расчет фактической себестоимости заказа;
- расчет затрат на оплату труда;
- ведомость учета времени выполнения производственного заказа;
- отчет об использовании материалов на выполнение заказа.

Исходя из прилагаемых к заказу документов и чертежей на изделия, высчитывается плановое количество необходимых материалов, предполагается какие виды обработки металла необходимо будет произвести (например, рубка, гибка, сварка), в соответствии с этими данными рассчитывают как плановую себестоимость единицы продукции, так и плановую себестоимость всего производственного заказа.

Расчет плановой себестоимости заказа представлен в таблице 1.

Таблица 1 – Расчет плановой себестоимости производственного заказа

Наименование изделия	Количество, шт.	Наименование статей калькуляции	Плановая себестоимость на ед. изд., руб.	Плановая себестоимость изделий, руб.
А	1	2	3	4 (1*3)
Изделие №1		1 Материальные затраты		
		2 Затраты на оплату труда		
		3 Отчисления на социальные нужды		
Итого		х		

Рассчитанные в данной таблице показатели, будут перенесены в форму производственного заказа, плановая себестоимость единицы продукции заносится в графу 4, плановая себестоимость изделий – в графу 5. Плановая себестоимость всего производственного заказа будет определена по итоговой строке графы 5.

По мере изготовления металлоизделий планируемое количество затраченных материалов может измениться, поэтому фактическая себестоимость единицы продукции, да и всего заказа рассчитывается только после его выполнения.

Расчет фактической себестоимости заказа будет осуществляться в таблице 2. Планируется, что данный документ составляется в бухгалтерии, на основании информации, предоставленной заведующим производством.

Таблица 2 – Расчет фактической себестоимости производственного заказа

Наименование изделия	Наименование статей калькуляции	Фактическая себестоимость на ед. изд., руб.	Фактическая себестоимость изделий, руб.
Изделие №1	1 Материальные затраты		
	2 Затраты на оплату труда		
	3 Отчисления на социальные нужды		
Итого	х		

При расчете фактической себестоимости будут учитываться фактически произведенные затраты, которые могут отличаться от плановых значений.

Расчет затрат на оплату труда будет произведен на основании коэффициента распределения заработной платы, в зависимости от времени выполнения заказа, данный расчет будет производиться в таблице 3.3.

Таблица 3 – Расчет затрат на оплату труда

Наименование заказа	Время выполнения заказа, дни/часы	Коэффициент распределения заработной платы	Сумма заработной платы, руб.
А	1	2	3
Заказ №1			
Итого			

Коэффициент распределения заработной платы будет рассчитываться как отношение общего фонда заработной платы работников производства к норме рабочего времени в периоде и умноженное на время выполнения заказа.

Время выполнения заказа будет рассчитываться в ведомости учета времени выполнения заказа. Данную ведомость заполняют нарастающим итогом по мере выполнения производственного заказа, где каждый участок обработки заполняет дату начала и окончания выполнения работ. Ответственным лицом за заполнение данной ведомости назначается заведующий производством, который по окончании выполнения производственного заказа предоставляет ведомость в бухгалтерию.

Ведомость учета времени выполнения производственного заказа представлена в таблице 4.

Таблица 4 – Ведомость учета времени выполнения производственного заказа

Наименование производственного участка	Дата начала выполнения работ	Дата окончания выполнения работ	Количество дней/ часов
Итого	х	х	

В дальнейшем данные рассчитанные в таблице 3 могут использоваться как нормативные показатели для расчета плановой себестоимости производственных заказов по аналогичной продукции.

Еще одним необходимым документом для расчета фактической себестоимости заказа является отчет об использовании материалов на выполнение заказа, этот документ также заполняется заведующий производством и предоставляется в бухгалтерию после выполнения заказа.

Отчет об использовании материалов на выполнение заказа представлен в таблице 5.

Таблица 5 – Отчет об использовании материалов на выполнение производственного заказа

Наименование производственного участка	Наименование материала	Количество материалов, шт./кг.			Примечание
		плановое	фактическое	отклонение	
Итого	х				

Данный документ позволит выявить отклонение фактического количества материалов от планового, установить возможные причины выявленных расхождений.

Рассчитанные показатели фактической себестоимости производственного заказа из таблицы 2 переносятся в форму производственного заказа в графу 8 и 9.

Взаимосвязь внутренних производственных документов при позаказном методе учета затрат на производство можно систематизировать в виде схемы, представленной на рисунке 2.

Как мы видим, в центре документооборота при позаказном методе учета затрат расположен производственный заказ. Вся информация, начиная с расчета плановых показателей и заканчивая фактическими, расчет которых производят после выполнения заказа, аккумулируется в форме производственного заказа.

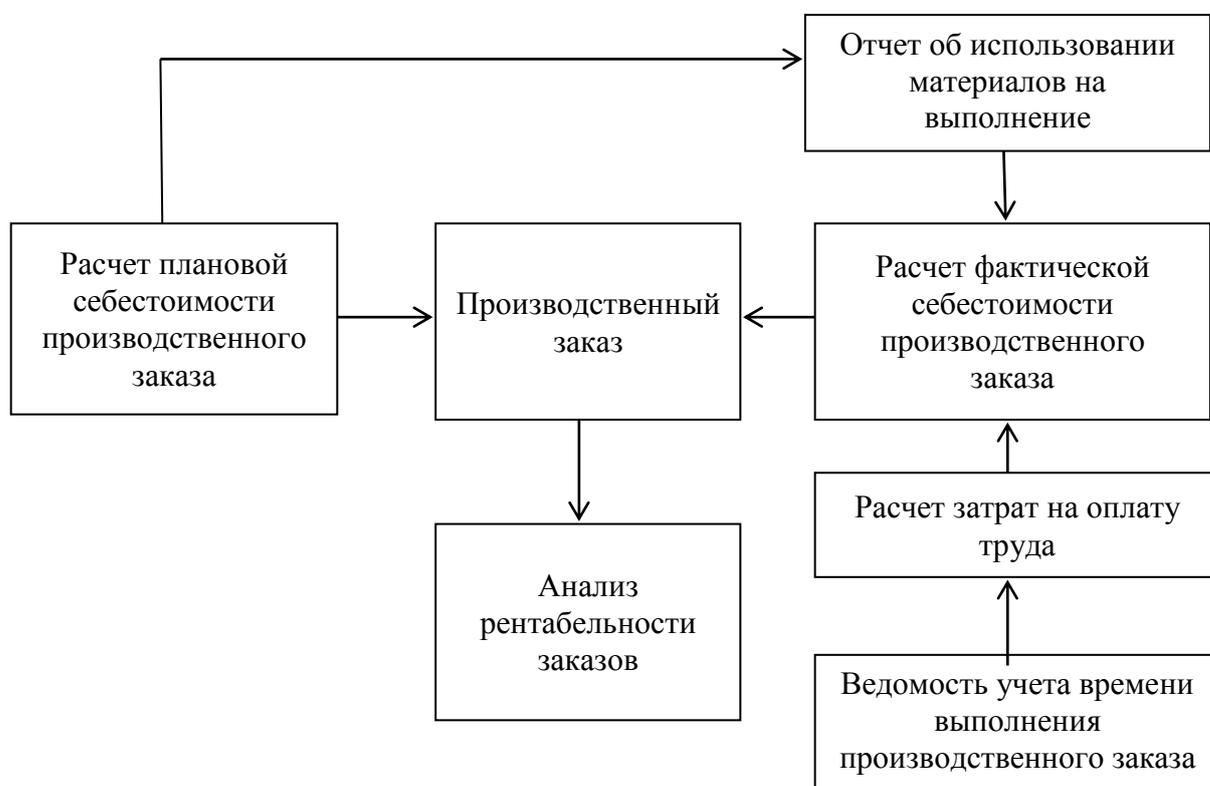


Рисунок 2 - Взаимосвязь внутренних производственных документов при позаказном методе учета затрат на производство

Данные из формы производственного заказа используются в бухгалтерском, управленческом учете, а также необходимы для анализа рентабельности заказов.

В бухгалтерском учете учет затрат на изготовление продукции необходимо организовать по дебету счета 20 «Основное производство» в разрезе каждого производственного заказа отдельно. При выпуске готовых изделий составляется бухгалтерская запись по кредиту счета 20 «Основное производство» в дебет счета 43 «Готовая продукция» на сумму фактической себестоимости производственного заказа отраженной в графе 9 производственного заказа.

Прямые затраты, которые связаны с выпуском продукции, но не поддаются непосредственному списанию на конкретный заказ распределяются в зависимости от суммы материальных затрат заказа, которая будет являться базой для распределения, между счетами 20 «Основное производство», 43 «Готовая продукция», 90 «Продажи». Косвенные (постоянные) затраты будут учитываться на бухгалтерских счетах 25 «Общепроизводственные расходы», 26 «Общехозяйственные расходы», которые при закрытии периода списываются на финансовый результат по текущей деятельности на счет 90.2 «Себестоимость продаж».

Включение в себестоимость только прямых затрат позволяет быстро и менее трудоемко определить прибыльность конкретного заказа. Проранжировать поступающие заказы по рентабельности и выбрать наиболее рентабельный, что является важным фактором, при принятии управленческих решений. Для этого необходимо проводить анализ рентабельности производственных заказов, данный анализ может быть путем расчета уровня рентабельности по маржинальной прибыли. Наиболее рентабельным будет признан тот заказ, уровень рентабельности которого наиболее высокий. Анализ рентабельности производственных заказов представлен в таблице 6.

Таблица 6 – Анализ рентабельности производственных заказов

Наименование показателя	Наименование заказов		
	Заказ №1	Заказ №2	Заказ №3
1 Выручка от реализации, тыс. руб.			
2 Затраты переменные, тыс. руб.			
3 Маржинальная прибыль, тыс. руб. (стр. 1 – стр. 2)			
Уровень рентабельности по маржинальной прибыли, % (стр. 3/стр. 1 x 100%)			

С точки зрения учета материально-производственных запасов позволяет нормировать расход материалов, выявить расхождение между плановыми и фактическими материальными затратами, это дает возможность для устранения причин и выявления резервов для снижения себестоимости продукции.

Также следует отметить, применение позаказного метода позволяет руководству предприятия отслеживать выполнение производственного заказа и не допустить нарушения сроков изготовления продукции, что в свою очередь может привести к начислению штрафных санкций по договору с заказчиком.

Список использованных источников

1. О бухгалтерском учете: федеральный закон от 06 декабря 2011 г. № 402-ФЗ // Собрание законодательства Российской Федерации. – 2011. - № 50. – С. 18331-18347.
2. Вахрушина М.А. Бухгалтерский управленческий учет: учебник для вузов / М.А. Вахрушина. - 8-е изд., испр. – Москва : Омега-Л., 2010 – 570 с.
3. Мигунова М.И. Документирование хозяйственных операций в бухгалтерском учете: учебное пособие для студентов, обучающихся по направлению "Экономика" и специальности/профилю "Бухгалтерский учет, анализ и аудит" всех форм обучения / М. И. Мигунова, Т. П. Пакшина, Е. А. Елгина . - М-во образования и науки РФ, Федеральное гос. бюджетное образовательное учреждение высш. проф. образования "Красноярский гос. торгово-экономический ин-т" ;. - Красноярск, 2012.
4. Шароватова, Е.А. Методика управленческого учета затрат в рамках применения позаказного метода на промышленном предприятии / Е.А. Шароватова, И.А. Омельченко // Аудиторские ведомости. - 2015. - N 6. - С. 62 - 76.
5. Шестакова Е.В. Налоговая оптимизация / Е.В. Шестакова; 3-е изд., перераб. и доп. М.: ГроссМедиа, РОСБУХ, 2013. - 536 с.

**СЕКЦИЯ №5.
МАТЕМАТИЧЕСКИЕ И ИНСТРУМЕНТАЛЬНЫЕ МЕТОДЫ ЭКОНОМИКИ
(СПЕЦИАЛЬНОСТЬ 08.00.13)**

**СЕКЦИЯ №6.
МИРОВАЯ ЭКОНОМИКА (СПЕЦИАЛЬНОСТЬ 08.00.14)**

**ОСОБЕННОСТИ ПРИМЕНЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКИХ САНКЦИЙ
В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ**

Кайгородов-Хамошин Р.А.

Российский университет дружбы народов, г. Москва

Аннотация

В статье проанализированы современные теоретические подходы и практический опыт применения экономических санкций в международных экономических отношениях. Автором систематизированы современные особенности применения санкций в международной экономической практике. Автором выделены причины применения и формы экономических санкций в отношении зарубежных стран.

Ключевые слова: экономические санкции, мировая экономика, международные экономические отношения, особенности применения санкций.

В современной мировой экономике, особенно в связи с усилением нестабильности ее развития в XXI веке, активизировалось применение экономических санкций в отношении отдельных стран, что отмечают многие исследователи. [1]

FEATURES OF APPLICATION OF ECONOMIC SANCTIONS IN MODERN CONDITIONS

Kaigorodov-Khamoshin R. A.

Russian peoples friendship University, Moscow

Abstract

The article analyzes the current theoretical approaches and practical experiences with the application of economic sanctions in international economic relations. The author systematizes modern features of application of sanctions in the international economic practice. The author outlines the reasons for the use and forms of economic sanctions against foreign countries.

Key words: economic sanctions, the world economy, international economic relations, peculiarities of application of sanctions.

Санкции представляются достаточно привлекательным инструментом внешней политики, так как, в отличие от войны, они призваны решать международные конфликты и разногласия с меньшими затратами и человеческими жертвами. В частности, поэтому они применяются достаточно часто: в период с 1970 по 1998 гг., например, санкции в мире применялись 117 раз. [2]

Современное международное право допускает использование экономического давления межгосударственными организациями – всемирными, как ООН, и региональными, такими как Организация американских государств, Организация африканского единства и др., – а также группами стран и отдельными государствами. Односторонние или коллективные действия против страны, которую считают нарушителем международного права, в разное время имели различное название. Сегодня ограничительные меры экономического характера, применяемые страной или группой стран к другой стране или группе стран, с целью вынуждения правительства этих стран – объектов санкций к изменению своей политики называются экономическими санкциями. [3]

По своему содержанию экономические санкции, как считают американские эксперты Е. Хафбауэр, Дж. Шотт и К. Эллиотт, представляют собой «преднамеренный, инициированный государством разрыв или

угрозу разрыва нормальных торгово-финансовых отношений». [4]

Однако, несмотря на широкое употребление понятия «экономические санкции», международные документы не содержат сколько-нибудь четкого его определения, ограничиваясь, как правило, простым перечислением конкретных мер. Так, в Уставе ООН термины «санкции» или «эмбарго» вообще не упоминаются, хотя ст. 41 предусматривает возможность применения против государства-нарушителя «принудительных действий», которые включают «полный или частичный перерыв экономических отношений, железнодорожных, морских, воздушных, почтовых, телеграфных, радио или других средств сообщения, а также разрыв дипломатических отношений». В общем спектре средств принуждения, которые используются в случае возникновения конфликтной ситуации в межгосударственных отношениях, начиная от простой вербальной ноты и заканчивая применением вооруженной силы, экономические санкции располагаются ближе к последнему, уступая место только блокаде.

Исследователи из Института мировой экономики Петерсона США в коллективной монографии «Переосмысление экономических санкций: история и современная политика» пришли к выводу, что такие санкции достигают цели в 1/3 из свыше 100 проанализированных случаев. Несмотря на серьезные изменения в мире за последние полвека, основные выводы авторов книги сохраняют свою актуальность и сегодня. Экономические санкции в случае их сочетания с иными мерами (например, военно-политического характера) могут оказаться «поразительно успешными» в плане дестабилизации политической системы управления. В противном случае, «не подкрепленные иными мерами, они редко приводят к дестабилизации». [5]

Анализ научной литературы по исследуемой проблеме [6], а также существующей мировой практики позволяет нам выделить некоторые **особенности применения экономических санкций в современных условиях**. Во-первых, это временная мера, они устанавливаются на определенный период и затем снимаются (или продлеваются). Примером может служить экономика Ирана. [7]

В отношении Ирана санкционные меры, которые в последние годы стали одной из самых актуальных проблем для мирового сообщества, применялись и раньше, начиная с середины XX века. Наиболее негативный характер имели для Ирана санкции США, направленные на сокращение инвестиций в энергетическую сферу страны (1996, 2001, 2006 гг.). В 2006 г. первый раз СБ ООН принял антииранскую резолюцию, которая включала в себя и экономические санкции. До 2010 г. (за 4 года) было принято 6 резолюций, из них 4 включали в себя санкции. Особенно сильные санкционные меры были отмечены в резолюции 19/29 от июня 2010 г., и дополнительные меры, принятые США и ЕС в 2011 г., причем не только в экономической, но и в финансовой сфере. Также западными странами заморожены финансовые активы Ирана на сумму 4,2 млрд. долл. [8]

Однако в определенных случаях санкции могут занимать достаточно длительный период времени, как, например, в случае с Кубой.

Во-вторых, санкции, как правило, вводятся экономически более развитыми странами, такими как США, государства ЕС (например, Великобритания) в отношении менее развитых государств. Это обеспечивает санкциям более заметный «вес» и более значительную «разрушительную силу».

В-третьих, это стремление ввести санкции на коллективной основе. Так, США, как правило, стремятся создать видимость «общемирового» подхода к введению санкций в отношении тех или иных стран, привлекая к этому процессу не только своих партнеров – ЕС, Японию и др., но и международные организации, например, ООН. Однако существуют и другие примеры. Так, Китай, вводя экономические санкции, всегда действует самостоятельно и не вовлекает в этот процесс других субъектов международных экономических отношений, что отмечается многими исследователями. [9]

Например, весной 2012 г. после того, как председатель Народного правительства Синьцзян-Уйгурского автономного района Нур Бекри обнаружил наличие тесных контактов между уйгурскими террористами и Пакистаном, было отозвано китайское предложение о финансировании газопровода Иран-Пакистан. [10]

В-четвертых, сфера действия экономических санкций, как правило, охватывает лишь определенные сегменты национальной экономики и/или внешнеэкономических связей страны – объекта санкций, иногда они могут быть направлены против тех или иных физических и/или юридических лиц. Например, санкции могут быть введены против нескольких конкретных отраслей (как правило, базовых для национальной экономики), ограничивать внешнюю торговлю страны – объекта санкций по тем или иным четко указанным товарным позициям, сократить возможности для ввоза/вывоза инвестиций (в целом по экономике или по отдельным отраслям) или доступа к зарубежным кредитам и др.

Таким образом, можно говорить о том, что экономические санкции носят селективный характер и, как правило, по замыслу их авторов, призваны нанести ущерб экономике страны-объекта санкций в тех избирательных направлениях хозяйственной деятельности, где одновременно не наносится ущерб экономическим интересам налагающих экономические санкции субъектов международных экономических отношений.

Наконец, еще одна особенность – о введении санкций ни мировое сообщество, ни страна – объект санкций не информируются заблаговременно. Это позволяет обеспечивать необходимую гибкость и использовать «эффект неожиданности». В то же время стоит отметить, что в начале 2010 г. в ответ на планы США продать Тайваню крупную партию вооружений КНР открыто пригрозил пойти на беспрецедентный шаг, наложив санкции на американские компании, принимающие участие в поставках вооружений на Тайвань. Несмотря на то, что США проигнорировали угрозы Пекина, санкции в отношении американского ВПК так и не были введены, что, безусловно, выставило китайское руководство не в лучшем свете. [9]

Наиболее распространенными **формами** экономических санкций являются ограничения на международную торговлю, финансовые операции и перемещения людей. Следует отметить, что в отличие от другого инструмента внешней политики – войны, для которой были разработаны формальные правила, включающие понятия комбатантов и нейтральных сторон, для торговых санкций международно-признанных правил не существует. [6]

Если говорить о **причинах** введения экономических санкций против зарубежных стран, то наиболее часто применяющиеся в современной мировой экономике санкции можно свести к попыткам экономического наказания и принуждения. Прежде всего стоит отметить желание продемонстрировать неудовлетворение налагающих санкции государств теми или иными решениями и поведением страны – их объекта. Как правило, предполагается, что эти решения и поведение наносят ущерб основополагающим интересам налагающей санкции стороны (или ее союзника). Санкции призваны пресечь такие действия и не допускать их в будущем.

Также санкции против конкретных стран предполагают «демонстрационный эффект» по отношению к остальным странам – участницам мирового сообщества, которые могли бы в перспективе проявить недостаточное внимание к экономическим интересам стран-лидеров. Возможное применение против них экономических санкций призвано не допустить осуществление ими нелояльных (некорректных) шагов во внешне- или внутриэкономической политике.

Наконец, среди причин введения экономических санкций против зарубежных стран можно выделить и политическую составляющую, т.е. выражение решимости своими действиями обеспечивать всестороннюю защиту национальных (экономических, политических, территориальных и других) интересов как на страновом, так и на международном уровне.

Таким образом, санкции, хотя являются мерой воздействия, применяющейся в международных экономических отношениях на протяжении столетий, имеют на каждом этапе развития мировой экономики свои особенности. В последние десятилетия среди таких особенностей можно выделить временный характер, направленность на менее развитые по уровню социально-экономического развития страны, коллективный характер, селективную направленность и непредсказуемость.

Список литературы

1. Гусаков Н.П., Шкваря Л.В. Особенности влияние мировой экономики на развитие межстрановых торгово-экономических отношений в условиях глобализации // Научное обозрение. Серия 1: Экономика и право. 2011. № 1. С. 3-17.
2. Elliott R.A., Hufbauer G.C. Same Song, Same Refrain? Economic Sanctions in the 1990s. American Economic Review. May 1999.
3. Daoudi, M.S., Dajani M.S. Economic Sanctions: Ideals and Experience. London, 1983. pp. 5-8.
4. Elliott R.A., Hufbauer G.C. Same Song, Same Refrain? Economic Sanctions in the 1990s. American Economic Review. May 1999, pp.403-408.
5. Hufbauer G. C., Schott J. J., Elliott K. A. Economic Sanctions Reconsidered: History and Current Policy. 2nd ed. Washington, DC: Peterson Institute for International Economics, 1990.
6. Сотрудничество России с зарубежными странами в условиях международных экономических санкций /сборник статей. М., 2015.
7. Шкваря Л.В., Русакович В.И., Лебедева Д.В. Россия – Иран: развитие сотрудничества в условиях

санкций // Управление экономическими системами: электронный научный журнал. 2014. № 11 (71). С. 43.

8. Русакович В.И., Лебедева Д.В. Иран: развитие в условиях санкций и опыт для России // Управление экономическими системами: электронный научный журнал. 2015. № 6. С. 78.

9. Лексюткина Я. Экономическая дипломатия Китая в XXI веке // Проблемы Дальнего Востока. 2015. № 2. С.24-37.

ПЯТЬ ПРЕДСКАЗАНИЙ КАРЛА МАРКСА В МИРОВОЙ ЭКОНОМИКЕ

Шевцов В.В., Кулиш Н.Л., Долотова А.В.

Кубанский государственный аграрный университет имени И.Т. Трубилина, г. Краснодар

В настоящее время, анализируя развитие мировой экономики в последние десятилетия, многие задаются вопросом: «Карл Маркс был прав или ошибался в своих прогнозах относительно дальнейшего развития мировой экономики в условиях капиталистического строя?». Мы считаем, что он был, во многом, прав. К тому же, существует мнение, что некоторые взгляды, которые считаются ошибочными, на самом деле принадлежат не Марксу, а другим экономистам: Гегелю, Адаму Смиту, Сен-Симону, Жан-Жак Руссо[1].

В последние годы экономисты и политики все чаще обращаются к творческому наследию Карла Маркса, постоянно вспоминают о Марксе, хотя далеко не все до сих пор понимают сущность идей Карла Маркса, который резко критиковал капитализм. Многие из нас в последнее время сталкивались с суждениями радикального экономиста, который предсказывал обязательный процесс замещения капитализма коммунизмом, но мы не всегда можем понять, почему он был так уверен в этом.

В работах Карла Маркса присутствуют описания нескольких граней позднего капитализма – от Великой рецессии 2008 года, до айфона в руках окружающих[2]. Рассмотрим несколько реальных примеров современной истории капитализма, в частности за 2014 год, которые Карл Маркс предвидел больше сотни лет назад, занимаясь анализом тогдашнего капитализма и пытаясь предсказать его будущее развитие.

Предсказание первое. Основной гранью учения К. Маркса было исследование и описание им имманентно-хаотической, ставшей жертвой кризиса природы капитализма. Он считал, что тяга к заработку без пристрастий, все равно вынудит компании автоматизировать рабочие места и приступить к производству большого количества различных товаров, урезая, при этом, зарплату работников до такой степени, пока они не перестанут закупать результаты собственного труда. Естественно, в явлениях современности, начиная с Великой депрессии и заканчивая экономическими пузырями интернет-компаний, возможно найти черты того, что Маркс называл «фиктивным капиталом», другими словами таких орудий, как кредитно-деловые свопы, ценные бумаги и т.п. Это довольно ярко проявляется в последние годы. Это, во многом, и послужило причиной падения рынка недвижимости с 2008-го года. Имущественное неравенство, увеличивающееся десятки лет, привело к снижению доходов основной массы населения, а это заставило большинство, и так приближающихся к бедности, в частности американцев, еще больше усугубить положение в мировой экономике, все сильнее и сильнее влезая в долги. Когда должники потеряли способность выплачивать кредит, случился глобальный кризис, как и предсказывал Карл Маркс.

Предсказание второе. Карл Маркс уверял, что стремление отдельных людей, или даже многих, в условиях капитализма к высоким ценностям, другими словами к бесполезным предметам, с течением времени приведет к тому, что покупатель станет «разборчивым рабом изощренных и неестественных желаний»[3]. Вот точная характеристика многих современных американцев, хотя и достаточно строгая. Они, как любители предметов роскоши, находятся в постоянной зависимости от покупки новых товаров. Взять, например, iPhone-7. Ведь многие, его уже купили. Действительно ли он гораздо лучше iPhone-6, который был приобретен ранее, или предыдущих моделей? Возникает вопрос, данная потребность – настоящая или мнимая? В наши дни множество китайцев страдают раковыми заболеваниями из-за электронных отходов, а современные глобальные компании призывают людей уничтожать пригодные для потребления вещи без веских причин. Если бы Карл Маркс был свидетелем всему этому, он бы только убедился в истинности этой своей точки зрения.

Предсказание третье. Размышляя об избытке производства, Маркс предвидел то, что в наши дни известно как глобализация – пропаганда капитализма во всем мире в поисках новых рынков. «Постоянная

потребность в расширении рынка для сбыта продукции гонит буржуазию по всей поверхности земного шара,—писал Карл Маркс. «Всюду должна она внедриться, всюду обосноваться, всюду установить связи»[4]. Он высказал эту идею еще в 1848 году, т.е. за сотню лет до современной глобализации, хотя сегодня эта мысль кажется явно актуальной. Маркс не просто предсказал многие события XX века, он пояснил, по какой причине эти события произойдут: вечный поиск рынков сбыта и недорогой рабочей силы, а также бесконечная потребность в природных богатствах.

Предсказание четвертое. Классика экономической теории говорит о том, что конкуренция способна к существованию без вмешательства извне. Но Маркс знал, что все равно власть будет в руках лишь некоторых корпораций, т.е. монополий, и именно они станут делить власть между собой. Конечно, в XIX веке это мнение казалось очень странным. А вот в наше время – данная тенденция вполне естественна и привычна. Ведь уже в XX веке небольшие магазины вытеснялись гипермаркетами-монополистами (к примеру, маленькие фермерские хозяйства были вытеснены крупными сельскохозяйственными корпорациями). Это же мы видим и сегодня в аграрном секторе Краснодарского края, когда крупные агрохолдинги монотонно, но уверенно вытесняют с земли мелких и средних фермеров при поддержке отдельных госструктур. Формально государство декларирует право малого и среднего бизнеса работать на земле и сдерживает монополизацию в аграрной сфере. Несмотря на это, мы осознаем, что очень крупный бизнес обладает значительно большей живучестью чем мелкий и средний, хотя в плане эффективности, он во многом проигрывает малому и среднему бизнесу. Монополизация аграрного бизнеса не способствует и росту устойчивости аграрного сектора и сельских территорий.

Предсказание пятое. Карл Маркс был убежден, что зарплата станет постоянно уменьшаться под влиянием «резервной армии труда». Это объясняется законами экономической классики: капиталисту намного проще меньше выплачивать за работу, если существует как можно больше не занятых работников. Следовательно, анализируя данную теорию, можно прийти к выводу, что после снижения зарплаты объективно существенно не вырастут из-за слишком высокого уровня безработицы, даже на фоне резкого подъема доходов и тяжелых условий труда. Работники будут держаться за свои рабочие места, так как будут бояться и вовсе остаться без работы. Это можно объяснить тем, что сотрудники не станут требовать что-либо, т.е. выдвигать собственные условия, потому что держатся за свою работу, боятся потерять рабочие места. Очевидно, что оптимальный момент для обоснованного роста наступает, когда уровень безработицы упадет до уровня, чтобы работники смогли угрожать своим работодателям уходом в конкурирующую фирму.

Карл Маркс, конечно, не во всем был прав. Чаще всего он подвергает критике капитализм, но считает спорным вопрос о его альтернативах – это и привело к неправильному толкованию на протяжении десятилетий его творческого наследия. Несмотря на это, работы Карла Маркса и сейчас определяют контуры современного мира в позитивном направлении [5]. В итоге, можно сказать, что Карл Маркс своей критикой базовых, в том числе и моральных принципов капитализма, своим ясным видением выдающегося ученого экономиста последствий этих принципов в далекой перспективе, обеспечил актуальность своих взглядов и серьезное внимание к ним со стороны политиков и экономистов даже в начале XXI века.

Список литературы

1. Л.Я. Корнийчук. «Марксизм и современность», [Электронный ресурс]: <http://econbooks.ru/books/part/20366>.
2. Ш. Макелви. «Пять удивительных предсказаний Карла Маркса», [Электронный ресурс]: <http://inosmi.ru/world/20140208/217323665.html>.
3. А. Булка. «Критика капитализма у Карла Маркса», [Электронный ресурс]: <https://prezi.com/m5qywjekops6/presentation>.
4. Г. Атаманов. «Второе пришествие Карла Маркса», [Электронный ресурс]: <http://www.comparty.by/vtoroe-prishestvie-karla-marksa>.
5. Л. Троцкий. «Марксизм и современность», [Электронный ресурс]: <http://web.mit.edu/fjk/www/Trotsky/sochineniia/1939/19390226.html>.

СЕКЦИЯ №7.

БАНКОВСКОЕ И СТРАХОВОЕ ДЕЛО

ПРОБЛЕМЫ И ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ БАНКОВСКОЙ СИСТЕМЫ В ПЕРИОД КРИЗИСА

Похабова А.Е., Харламова О.В.

Сибирский федеральный университет Институт экономики, управления и природопользования,
г. Красноярск

Развитие банковского сектора России в 2014-2016 гг. отражало состояние российской экономики в целом. Низкие темпы экономического роста взаимосвязаны как с низкими темпами увеличения корпоративного кредитования, так и с продолжением замедления роста объема розничных кредитов. Ресурсная база банковского сектора также расширяется весьма ограниченными темпами.

На сегодняшний день в банковском секторе России сохраняются следующие проблемы:

1) сохранение структурного дефицита ликвидности (по состоянию на август 2016 г. дефицит ликвидности сохраняется, однако в отдельные периоды начинает формироваться краткосрочный избыток денежных средств в банковском секторе, что свидетельствует об улучшении ситуации [3]. Переход банковского сектора к структурному профициту ликвидности ожидается только в начале 2017 г., в основном за счет финансирования дефицита бюджета с помощью средств суверенных фондов [4];

2) неравномерное восстановление кредитной активности по группам банков (финансовое положение банков, проводивших более консервативную кредитную политику, продолжает улучшаться, они наиболее активны на кредитном рынке; рыночная доля банков с низким качеством кредитного портфеля продолжает сокращаться) [4];

3) повышение долговой нагрузки на располагаемые доходы населения, несмотря на замедление роста объема кредитов;

4) рост расходов на обслуживание банковских кредитов (с 12% располагаемых доходов в 2013 г. до 15% в 2016 г.);

5) замедление темпов прироста номинальной величины средств физических лиц на банковских счетах и депозитах с 18% в 2013 г. до 14% в 2016 г. [3];

6) снижение ставок по депозитам, связанное с ослаблением конкуренции между банками на депозитном рынке за счет притока средств в экономику из Резервного фонда;

7) ужесточение требований к финансовому положению заемщиков в корпоративном сегменте вследствие сохранения негативных тенденций в отдельных секторах экономики [1];

8) высокие объемы оттока капитала из экономики в 2014-2016 гг. (\$40 млрд. в год) оказывают негативное влияние, в том числе, на банковский сектор (низкие остатки по счетам юридических лиц, низкая платежеспособность и др.) [2].

Основной проблемой остается структурный дефицит ликвидности. Это означает, что потребность банков в ликвидности, то есть средствах на корсчетах в Банке России, превышает ее предложение в банковском секторе. Предложение денег в банковском секторе зависит от динамики бюджетных платежей, наличных денег в обращении, изменения уровня обязательных резервов, от операций Банка России с иностранной валютой или золотом, определяется расчетами по уже прошедшим операциям рефинансирования и абсорбирования Банка России.

Чтобы компенсировать сформировавшийся разрыв между спросом и предложением ликвидности, Банк России проводит операции по предоставлению денежных средств банкам.

Однако можно утверждать, что банковский сектор постепенно восстанавливается после кризиса, об этом свидетельствуют следующие факторы:

1) продолжающийся приток бюджетных средств в экономику стимулирует рост депозитов;

2) по мере стабилизации ситуации в нефинансовом секторе качество кредитных портфелей банков постепенно стабилизируется, что способствует восстановлению более рискованных направлений кредитования;

3) вкладчики замещают краткосрочные депозиты долгосрочными, что говорит о восстановлении доверия к банковскому сектору и снижении инфляционных ожиданий;

4) банки и их клиенты продолжают замещать валютные кредиты и депозиты рублевыми, что ведет к дальнейшему снижению долларизации на основных сегментах кредитного и депозитного рынка, способствуя повышению эффективности денежно-кредитной политики;

- 5) тенденция к снижению процентных ставок по кредитам, особенно в сегменте необеспеченного потребительского кредитования;
- 6) смягчение условий банковского кредитования способствует увеличению спроса на новые кредиты;
- 7) и, наконец, одним из ключевых факторов, способствующих позитивным изменениям в кредитной политике банков, является постепенное улучшение ситуации в российской экономике.

С одной стороны, замедление падения ВВП благоприятно сказывается на финансовом положении граждан и компаний – заемщиков банков. Рост просроченной задолженности по кредитам постепенно замедляется. В результате банки охотнее наращивают объемы кредитования.

С другой стороны, сами компании и граждане по мере стабилизации своего финансового положения постепенно восстанавливают спрос на кредиты. Свой вклад в восстановление кредитной активности банков вносят также государственные программы поддержки кредитования малого и среднего бизнеса и ипотеки, повышающие привлекательность этих направлений кредитования для банков [4].

После снижения ключевой ставки Банка России в июне 2016 г. сохранились рыночные ожидания дальнейшего смягчения денежно-кредитной политики Банком России. Расчеты показывают, что участники рынка ожидают снижения ключевой ставки на 25–50 б.п. в III квартале 2016 года [4].

Возможный рост кредитной активности в ближайшее время будет носить восстановительный характер, что согласуется с макроэкономическим прогнозом Банка России и задачей по снижению инфляции до целевого уровня 4% в 2017 году.

Список литературы

1. Информационно-аналитический материал «Изменение условий банковского кредитования» / Отчет ЦБ за 2 квартал 2016 г. / [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.cbr.ru/DKP/>
2. Лященко Н.А. Совершенствование банковской системы на современном этапе // Управление и экономика в XXI веке. 2015. № 2. С. 43-48.
3. Официальный сайт Банка России. Ликвидность банковского сектора и финансовые рынки №6 / Отчет ЦБ за август 2016 г. / [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.cbr.ru
4. Финансовое обозрение: условия проведения денежно-кредитной политики / Отчет ЦБ за 2 квартал 2016 г. / [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.cbr.ru/DKP/>

СЕКЦИЯ №8.

ИННОВАЦИОННЫЕ ПОДХОДЫ В СОВРЕМЕННОМ МЕНЕДЖМЕНТЕ

ЗАДАЧИ ИННОВАЦИОННОЙ ПОЛИТИКИ ОПЕРАТОРА МОБИЛЬНОЙ СВЯЗИ

Макаров В.В., Горбатько А.В.

Санкт-Петербургский государственный университет телекоммуникаций
им. проф. М. А. Бонч-Бруевича

Мобильная связь является одной из современных составляющих инфраструктуры страны. Под инфраструктурой [1] понимается строение, расположение, т.е. совокупность сооружений, зданий, систем и служб, необходимых для функционирования отраслей материального производства и обеспечения условий жизнедеятельности общества.

С другой точки зрения к инфраструктуре относят капитальное оборудование, используемое для предоставления общественно доступных услуг, включая транспорт и телекоммуникации, газо-, электро- и водоснабжение. Инфраструктура создает необходимую основу для других видов экономической деятельности в современных странах; а их отсутствие или ненадежность характерны для развивающихся стран и являются помехой для развития. Услуги инфраструктуры обычно либо предоставляются, либо регулируются государством.

Инфраструктура создается по большей части за счет государственных средств, что не исключает прямого участия бизнеса в создании отдельных ее элементов. Экономический рост на конкретной территории непосредственно связан с развитием инфраструктуры, в совершенствовании которой

заинтересовано как население, так и бизнес. А финансирование развития инфраструктуры осуществляется за счет государственных расходов, формирующихся налоговых поступлений от деятельности бизнеса.

Несмотря на важность создания новых и развития существующих объектов инфраструктуры большая часть экономических исследований в этой сфере направлена на обоснование методик проектирования по выбранным вариантам. Хотя при проектировании новых и переустройстве действующих объектов, включая мобильные сети, проводятся экономические изыскания на основе маркетинговых исследований в определении потребных инвестиционных ресурсов, а также источников и форм их привлечения для реализации проектов, оценки экономической эффективности инвестирования [5]. Экономисты выполняют:

- расчеты сметной стоимости;
- технико-экономические расчеты по выбору наиболее рациональных вариантов планировочных, конструктивных и других инженерных решений на этапах подготовки проектно-сметной документации.

Таким образом, основными существующими направлениями экономических изысканий является обоснование инженерных решений по созданию и развитию объектов инфраструктуры с выбором, естественно, наилучших вариантов. Следовательно, экономическая эффективность создания и развития объектов инфраструктуры остается в стороне от экономических изысканий при проектировании. Обслуживающий характер объектов инфраструктуры не должен заслонять экономического содержания их деятельности.

Одной из особенностей сотовой связи в РФ является то, что изначально компании мобильной связи создавались бизнесом и развиваются и функционируют как коммерческие предприятия. С другой стороны приведенный выше анализ показал, что компании сотовой связи предоставляют услуги, которые являются сложными или составными, так как при ее предоставлении одновременно участвуют несколько организаций. При этом ведущей организацией является компания-оператор сотовой связи, которая и предоставляет услугу, используя собственные информационные ресурсы[3].

Другой участник – дилер должен обеспечить абонента оборудованием, т.е. сотовым телефоном, SIM-картой, а также сопутствующими аксессуарами. Кроме того, на дилере лежит обязанность сбора платы на оказываемую оператором сотовой связи услугу – предоставление трафика. Из сказанного следует, что подавляющая доля инвестиций потребляется непосредственно оператором сотовой связи, а дилеры потребляют незначительную долю инвестиций и нередко оператор вынужден делать прямые инвестиции в развитие дилерской сети, как собственной, так и привлекаемой. Привлечение дилерской сети позволяет не только экономить на инвестициях, но и на издержках оператора сотовой связи.

Обычно государственные расходы в области развития инфраструктуры ориентированы на длительный период окупаемости, и, как правило, имеют низкую рентабельность. Операторы сотовой связи имеют высокую рентабельность, о чем свидетельствует существование на рынке как крупных корпораций, действующих без непосредственной финансовой государственной поддержки, так и функционирование многочисленных региональных компаний сотовой связи. А при высокой рентабельности за строительство и эксплуатацию объектов сотовой связи берется непосредственно бизнес.

Создание и развитие инфраструктуры должно обеспечить экономический рост и занятость на данной территории. Поэтому в качестве основного критерия, определяющего эффективность государственных расходов в сфере инфраструктуры, не может быть прибыль. Исходя из этого положения, можно сделать вывод, что если бизнес делает инвестиции в инфраструктуру, то эта деятельность также должна подвергаться тарифному регулированию именно в силу обслуживающего характера инфраструктурных предприятий.

Несколько смягчает эту ситуацию наличие конкуренции между инфраструктурными предприятиями, что и наблюдается на рынке сотовой связи. Хотя операторы сотовой связи ориентированы на обслуживание определенной территории, они, как правило, не являются монополистами и поэтому тарифное регулирование в данной области не имеет «жесткой направленности». В составе основных средств операторов сотовой связи высок удельный вес дорогостоящих сооружений, обладающих чрезвычайно низкой ликвидностью: базовые станции и мачты для них. Это обстоятельство при существующей ценовой конкуренции снижает рентабельность компаний сотовой связи. Следствием этого является:

- уменьшение величины средств, которые могут быть использованы для инвестиций;
- увеличение величины привлекаемых инвестиций, что приводит к еще большему снижению рентабельности.

Таким образом, развитие бизнеса на рассматриваемом рынке приводит как к появлению барьеров входа на этот рынок за счет снижающейся рентабельности и необходимости привлечения инвестиций для развития и модернизации сети сотовой связи, так и барьеров выхода за счет наличия оборудования и сооружений с низкой ликвидностью. Чтобы еще увеличить барьеры входа и сократить ценовую конкуренцию операторы сотовой связи прибегают к расширению продуктовой линейки, что приводит к росту нематериальных активов и позволяет компенсировать снижение доходов от традиционных продуктов компаний.

Но, тем не менее, при планировании реализации инновационной программы необходимо учитывать наличие поступлений от экономической деятельности оператора мобильной связи, часть из которых можно и целесообразно направлять на ее финансирование для повышения конкурентоспособности предприятия [2].

Инвестиционная программа компании сотовой связи является необходимым этапом реализации ее стратегии и все последующие действия, связанные с инвестициями, являются также продолжением инновационной политики.

Формирование инновационной политики компании сотовой связи базируется на предлагаемой системе принципов:

1. Для организации сотовой связи в зоне обслуживания устанавливаются базовые приемопередающие станции (БС) с относительно небольшими зонами радиопокрытия:

- перекрывающимися друг друга для обеспечения сплошного покрытия территории с заданным уровнем надежности, устойчивости и качества связи;
- использующими многократное использование выделенного оператору сети радиочастотного ресурса.

2. В качестве математической модели сотовой сети используются шестиугольники - «соты», представляющие возможность без разрывов покрыть какую-либо поверхность территории.

3. Операторы сотовой связи реализуют сложные (составные) услуги, так как при их предоставлении одновременно участвуют несколько организаций. Ведущая оператор сотовой связи, предоставляющий собственно услугу, обеспечивающая – дилер, предоставляющий абоненту сотовый телефон,

SIM- карту, сопутствующие аксессуары, а также осуществляющий сбор платы на оказываемую оператором сотовой связи услугу – предоставление трафика.

4. Инновационные мероприятия планирует оператор сотовой связи, непосредственно потребляющий для их осуществления подавляющую долю инвестиций. Дилеры потребляют незначительную долю инвестиций. Нередко оператор вынужден делать прямые инвестиции в развитие дилерской сети, как собственной, так и привлекаемой, с целью минимизации инвестиций и издержек.

5. В составе основных средств компаний сотовой связи высок удельный вес дорогостоящих сооружений, обладающих чрезвычайно низкой ликвидностью: базовые станции и мачты для них. Это обстоятельство при существующей ценовой конкуренции снижает рентабельность компаний сотовой связи, что приводит к:

- уменьшению величины средств, которые могут быть использованы для инвестиций;
- увеличению величины привлекаемых инвестиций, что ведет к еще большему снижению рентабельности.

6. Развитие бизнеса на рассматриваемом рынке приводит к появлению барьеров входа на этот рынок из-за снижающейся рентабельности и необходимости привлечения инвестиций для развития и модернизации сети сотовой связи за счёт инновационных проектов, и барьеров выхода, связанных с наличием оборудования и сооружений с низкой ликвидностью. Для увеличения барьеров входа и сокращения ценовой конкуренции операторы сотовой связи вынуждены проводить активную инновационную политику, постоянно расширяющую продуктовую линейку, что приводит к росту нематериальных активов и позволяет компенсировать снижение доходов от традиционных продуктов компаний.

7. На величину инвестиций, необходимых для реализации инновационной политики, существенное влияние оказывает:

- число передатчиков на каждой базовой станции;
- высота расположения базовой станции по отношению к рельефу местности;
- мощности и емкости базовых станций;
- величина используемого кластера и «защитного интервала»;
- ширина необходимого частотного диапазона;

- величина сот, которые рассматриваются вместе с рельефом и этажностью застройки;
 - численность и распределение абонентов в каждой ячейке;
 - использование секторных антенн с узкими диаграммами направленности.
8. Инвестиционная деятельность оператора сотовой связи, направленная на инновационное развитие должна включать:
- формирование формальных и объективных критериев оценки экономической эффективности и надежности сети сотовой связи в связи с прогнозируемыми изменениями в ассортименте и объеме оказываемых услуг (за счёт реализации инновационных проектов) при статистическом характере распределения абонентов по обслуживаемой территории и динамическом потоке заявок на обслуживание;
 - ранжирование территорий с точки зрения создания или развития сети сотовой связи с целью внедрения первоочередных инноваций.
9. При планировании инвестиционного обеспечения инновационной программы необходимо учитывать наличие поступлений от деятельности компании сотовой связи, часть из которых целесообразно направлять на финансирование инновационной программы.
10. В составе инвестиций обязательно присутствие средств на маркетинг и рекламную деятельность внедряемых инноваций[4].
11. Необходимо учитывать отсутствие лага между периодом завершения инвестиций в инновацию и периодом, в котором начинается получение дохода от внедрения этой инновации.
- Таким образом, формирование инвестиционной программы оператора мобильной связи начинается с обоснования необходимости выполнения её целей, соответствующих стратегии компании.

Список литературы

1. Макаров, В.В. Инновации, инвестиционная политика и управление качеством услуг компании мобильной связи: монография/ В.В. Макаров, А.В. Горбатько; под ред. д.э.н., проф. В. В. Макарова; СПбГУТ.- СПб., 2014.- 288 с.
2. Макаров В.В. Обеспечение конкурентоспособности оператора связи путем инновационного развития // Электросвязь. - № 9, 2011.-С.30-33.
3. Макаров В. В., Гусев В. И., Сеница С. А. Методический подход к оценке информационных ресурсов // Информационные технологии и телекоммуникации. СПбГУТ. -2013. №3 (3). С. 72-78.
4. Макаров В.В. Методологические подходы к созданию интегрированной системы менеджмента качества (ИСМК) в инфокоммуникациях // Век качества.- №6. 2011.- С.30-32.
5. Макаров В.В., Долгов Д.В. Проектно-ориентированное управление инновационными изменениями в организациях / В.В. Макаров, Д.В. Долгов; М-во образования и науки Рос. Федерации, Гос. образоват. учреждение высш. проф. образования "С.-Петерб. гос. ун-т экономики и финансов". СПб., 2004.- 28 с.

СТРАТЕГИЧЕСКОЕ УПРАВЛЕНИЕ ИННОВАЦИОННЫМ РАЗВИТИЕМ МЕЖДУНАРОДНЫХ КОМПАНИЙ НЕФТЕГАЗОВОЙ ОТРАСЛИ

Шевцов В.В., Брылякова О.А.

Кубанский государственный аграрный университет
имени И.Т. Трубилина, г. Краснодар

Обеспечить высокий уровень конкурентоспособности предприятий нефтегазовой отрасли, в условиях динамичности и неопределенности внешней среды, отражением которой являются значительные колебания потребительского спроса на энергоресурсы на мировом рынке, глобализация нефтегазового комплекса, усиление конкурентной борьбы между компаниями, сокращение жизненного цикла продуктов нефтегазовой отрасли, растущие требования работников нефтегазовых компаний к качеству жизни, возможно только на основе стратегического управления инновационным развитием современных нефтегазовых компаний.

Стратегическое управление, в отличие от оперативного управления, призвано обеспечить выживание организации и достижение ее целей в долгосрочной перспективе. При этом основное внимание руководства должно быть сконцентрировано на внешнем окружении для быстрой и адекватной реакции на изменения в нем [7].

Стратегическое управление – это управление организацией, которое:

- опирается на человеческий потенциал, как основу организации;
- ориентирует производственную деятельность на запросы потребителей;
- осуществляет гибкое регулирование, своевременные изменения в организации, отвечающие вызову со стороны окружения и позволяющие добиваться конкурентных преимуществ.

Стратегическое управление инновационным развитием нефтегазовых компаний позволяет включить в область анализа и принятия стратегических решений не только элементы внутренней среды, но и внешние аспекты, что в свою очередь, дает возможность разрабатывать мероприятия по реализации долгосрочных целей инновационного развития предприятий с учетом изменений в национальной и мировой экономике.

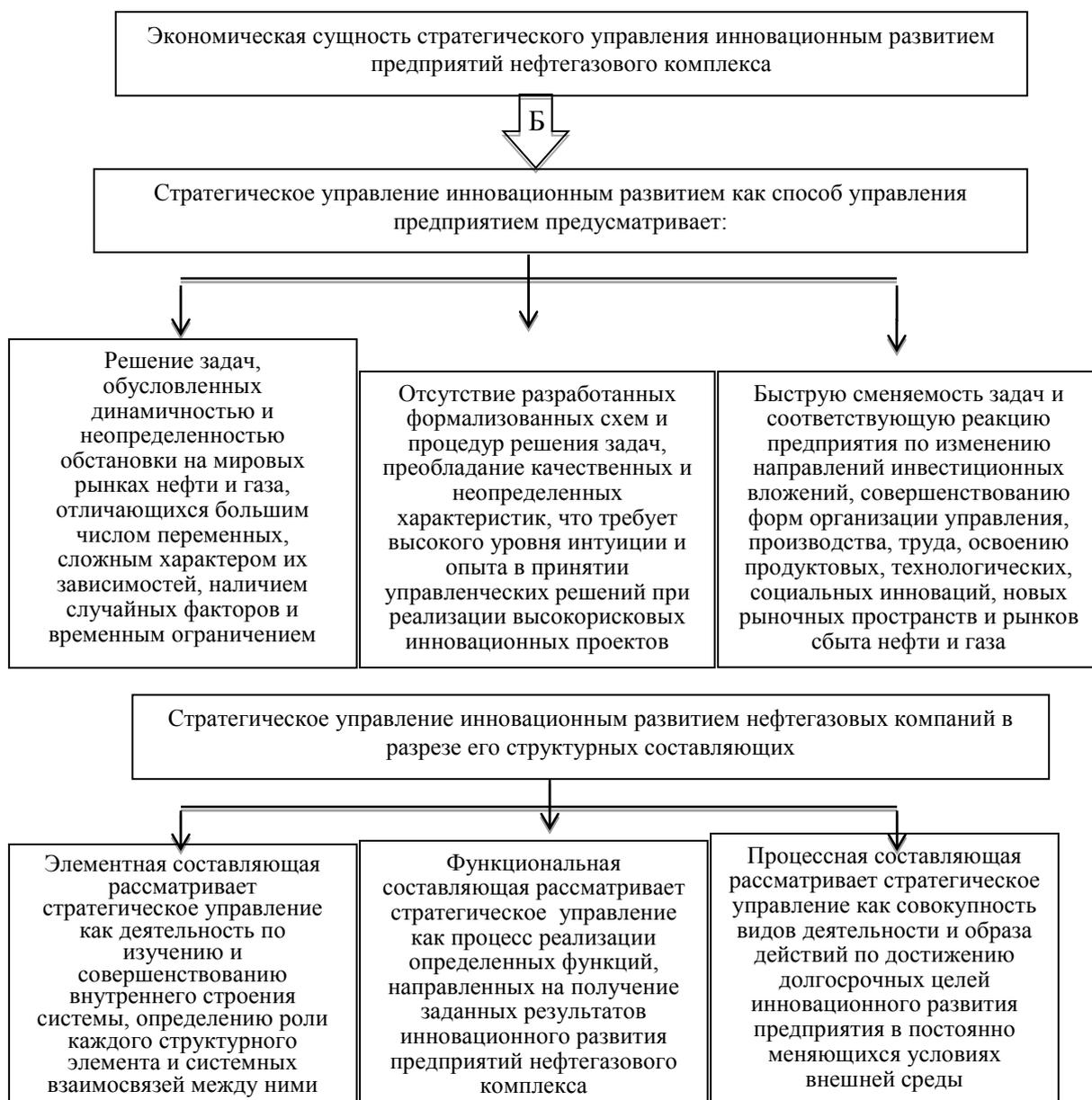


Рис. 1. Экономическая сущность стратегического управления инновационным развитием объектов нефтегазового комплекса на основе системного подхода

На рисунке 1 представлена экономическая сущность стратегического управления инновационным развитием компаний нефтегазового комплекса. Элементарная составляющая стратегического управления в качестве объектов управления рассматривает бизнес-процессы предприятия, активно участвующего в инновационной экономике. Изучение элементарного среза необходимо для обоснованного выбора количественно-качественного состава элементов системы, поддержания между ними пропорциональности и сбалансированности, формирования эффективных механизмов взаимодействия внутри системы и с внешней средой.

Функциональная составляющая позволяет раскрыть объекты стратегического управления, в качестве которых выступают виды деятельности по разведке, добыче, переработке и транспортировке нефти и газа, их содержание, функциональное разделение труда, организационная структура управления, а также результаты деятельности системы и их зависимость от факторов внутренней и внешней среды. Функциональный срез отражает содержательное понимание того, как действует система, каков механизм целеполагания и выбора путей достижения поставленных целей. В случае процессной составляющей стратегического управления инновационным развитием нефтегазовых компаний, объектами рассмотрения становятся выбор адаптивной модели и технологии управления, установления состава и последовательности его этапов, правил и процедур принятия решений [2].

Многие международные нефтяные компании обладают гибкостью, которая позволяет им сдерживать расходную часть и сохранять финансовую устойчивость. Но при этом дивиденды и различные выплаты владельцам акций некоторых компаний, возможно, будут сокращены. Вследствие падения цен на мировом рынке нефти (рисунок 2), большинство нефтяных компаний сократили сметы расходов на 2016 год и приостанавливают разведку новых месторождений, так как они являются высокорисковыми в сложившейся ситуации, сокращаются инвестиции в новые проекты.

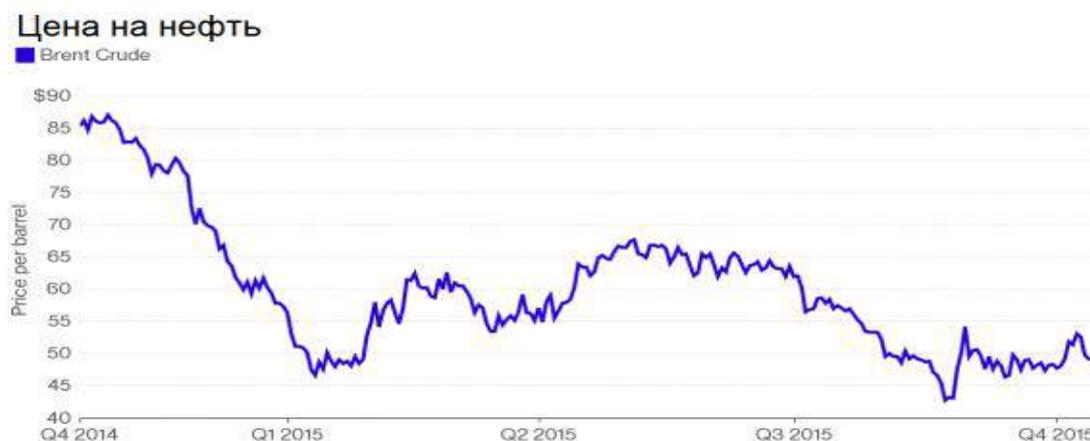


Рисунок 2 - Динамика цен на нефть марки Brent в период экономического кризиса 2014 – 2015гг.

В конце 2014г. на нефтяном рынке начался крупнейший в истории обвал цен. В период кризиса 2014-2015гг. международными нефтегазовыми компаниями было заморожено более 60 крупных проектов по добыче нефти на сумму 222 млрд долл. США. Объемы бурения в мире упали на 40 процентов, в США и Канаде добыча нефти сократилась вдвое. В период экономического кризиса 2014-2015гг. в ряде стран-членов ОПЕК, например в Эквадоре и Ливии, бурение практически остановилось.

Технологические нововведения появляются либо в результате единого инновационного процесса, то есть тесной взаимосвязи НИОКР по созданию изделия и технологии его изготовления, либо как продукт самостоятельных специальных технологических исследований. В первом случае инновации зависят от конструктивных и технических особенностей нового изделия и последующих его модификаций. Во втором – объектом инновации служит не конкретно новое изделие, а базовая технология, которая подвергается в процессе технологических исследований эволюционным или революционным преобразованиям.

Рассмотрим стратегии инновационного развития крупнейших международных нефтегазовых компаний в условиях преодоления экономического кризиса, представленные в таблице 1.

Таблица 1 – Стратегии инновационного развития крупнейших международных нефтегазовых компаний в условиях преодоления экономического кризиса

Наименование региона мира	Международные компании нефтегазовой отрасли	Характеристика стратегий инновационного развития нефтегазовых компаний
1. Северная Америка	1.1. Международная нефтяная компания «Chevron» (США, Калифорния),	Стратегия международной нефтяной компании «Chevron» направлена на реструктуризацию сектора downstream, который серьезно пострадал от падения спроса на топливо. Компания выставила на продажу НПЗ «Pembroke» в Великобритании мощностью 210 тыс. бар. нефти в день. Стратегия инновационного развития компании строится на основе выпуска базовых масел высокой очистки по собственной технологии гидропроцесса под маркой ISOSYN.
	1.2. Американская транснациональная нефтегазовая корпорация ExxonMobilCorporation (или ExxonMobil) (США, Техас)	Американская транснациональная нефтегазовая корпорация ExxonMobilCorporation занимается разведкой, добычей и продажей нефти, природного газа и нефтепродуктов с применением инновационных технологий на основе развития стратегического партнерства с ведущими нефтегазовыми компаниями, например с компанией «Роснефть». Стратегия инновационного развития компании ExxonMobilCorporation основана на внедрении инноваций в процесс переработки нефтепродуктов под различными марками Exxon, Mobil, Esso.
2. Южная Америка	2.1. Бразильская нефтяная компания «Petrobras»	Стратегия инновационного развития компании «Petrobras» строится на основе инвестирования в НИОКР для осуществления глубоководной добычи нефти и газа, а также для создания физической инфраструктуры и повышения квалификации кадров. В мае 2010 г. бразильская нефтяная компания «Petrobras» привлекла 31 млрд. долл. США для финансирования инвестиционного бюджета на срок от 2 до 5 лет. Указанные средства были использованы для реализации стратегии, направленной на увеличение суточной добычи до 1,8 млн. бар. Бразилия планирует инвестировать в разработку нефтяных месторождений 111 млрд. долл. США до 2020 г. [1].
	2.2. Государственная нефтяная компания Чили «Empresa Nacional del Petroleo» («ENAP»)	Стратегия государственной нефтяной компании Чили «Empresa Nacional del Petroleo» («ENAP») направлена на реорганизацию, которая позволит изыскать финансовые ресурсы для проведения НИОКР. «ENAP» планирует ликвидировать дочерние компании «Sipetrol» (зарубежная разведка и добыча) и «ENAP Refinerias» (очистка нефти) [1].
	2.3. Контролируемая государством компания «Ecopetrol SA» (Колумбия)	Стратегия контролируемой государством компании «Ecopetrol SA» (Колумбия) основана на инвестировании в новые активы 7 млрд. долл. США. Для обеспечения своих инвестиционных планов «Ecopetrol» заключила кредитное соглашение с колумбийскими банками на сумму 1,07 млрд. долл. США с льготным периодом в 2 года. Международная стратегия «Ecopetrol» предполагает участие в разведке нефтегазовых месторождений на Кубе, что связано с дополнительным риском.
	2.4. Государственная компания «Petroproduccion» (Эквадор)	Государственной компании «Petroproduccion» после возвращения Эквадора в Организацию стран-экспортеров нефти в 2007 г. была вынуждена сокращать добычу нефти на 18 тыс. бар. Стратегия инновационного развития компании основана на изучении геолого-геофизических материалов по месторождениям углеводородного сырья на эквадорских континентальных и шельфовых блоках с привлечением стратегических партнеров, обладающих инновационными технологиями.

Представленные в таблице 1 данные позволяют выделить основные направления формирования и реализации стратегии инновационного развития ведущих международных нефтегазовых компаний, которые позволяют им усиливать свои конкурентные позиции на мировом рынке[1].

1. Одним из основных направлений стратегического развития нефтегазовых компаний в период кризиса является наращивание инвестиций в сфере финансирования НИОКР и активное осуществление диверсификации своей деятельности в смежных отраслях. К числу международных нефтегазовых компаний, успешно реализующих данное направление, относятся: компания BritishPetroleum (BP), американские компании ExxonMobil, ChevronTexaco, ConocoPhilips, китайская компания «ChinaNationalOffshoreOilCorporation» («CNOOC»).

2. Второе направление стратегического развития нефтегазовых компаний в период кризиса связано с созданием стратегических альянсов, позволяющих более эффективно проводить НИОКР и реализовывать совместные масштабные проекты. Стратегические альянсы в нефтегазовом комплексе позволяют получить доступ к технологическим инновациям партнеров по альянсу, объединить научный и технологический потенциал, ускорить процесс внедрения в производство результатов НИОКР, снизить издержки и разделить риски освоения новых месторождений.

3. Третье направление стратегического развития инновационной деятельности нефтегазовых компаний связано с сохранением темпов наращивания добычи и переработки нефти и газа в условиях кризиса, что позволяет нефтегазовым компаниям сохранять свое присутствие на рынке и обеспечивает охват большей доли рынка и возможность формирования спроса на инновационные продукты и технологии. Успешно реализуют данное направление нефтегазовые компании Саудовской Аравии, которые, не смотря на обвал цен на нефть, увеличили количество буровых установок на 46 единиц.

Большинство компании скептически относятся к освоению инновационных технологий из-за высокого риска неполучения прибыли. Однако именно инновации обеспечивают высокий уровень дохода, что впоследствии повышает конкурентоспособность среди международных компаний нефтегазовой отрасли. Данный аспект рассматривается в рамках концепции компромисса между риском и доходностью. Следовательно, высокие доходы есть не что иное, как плата за риск. Соответственно неполучение высоких доходов – тоже плата, в данном случае за отсутствие серьезного риска[8].

Таким образом, в результате проведенного исследования перспектив повышения эффективности управления конкурентоспособностью компаний нефтегазовой отрасли на основе применения стратегического подхода к развитию их инновационной деятельности можно сделать следующие выводы:

1. Применение стратегического подхода позволяет международным нефтегазовым компаниям сохранять устойчивое экономическое развитие в период кризиса за счет сбалансированного подхода к развитию своей инновационной деятельности. Именно инновации обеспечивают конкурентное преимущество нефтегазовым компаниям в долгосрочной перспективе и способны создать условия для преодоления кризисных явлений за счет экономии издержек, внедрения новых технологий энергоэффективности, соблюдения принципов экономической безопасности и осуществления диверсификации деятельности.

2. Совершенствование стратегического управления инновационным развитием международные нефтегазовые компании должно осуществляться на основе применения инновационных подходов и решений в сфере развития бизнес-моделей, расширения ассортимента предлагаемых инновационных продуктов нефтепереработки, повышения качества обслуживания клиентов в сегменте нефтепереработки и сбыта и совершенствования цепочки поставок. Комплексное применение инновационных технологий на всех стадиях технологического процесса на основе применения стратегического подхода позволит международным нефтегазовым компаниям повысить уровень своей конкурентоспособности и обеспечить устойчивое экономическое развитие в условиях кризиса.

Список литературы

1. Виханский О.С. Стратегическое управление: Учебник. – 5-е изд., перераб. и доп. – М.: Гардарика, 2014. – 296с.
2. Лапыгин Ю.Н. Стратегический менеджмент: Учеб. пособие. – М.: ИНФРА-М, 2014. – 236с.
3. Овсийчук М.Ф. «Финансовый менеджмент» - М.- 2013 г., 177 с.

4. Инновации в нефтегазовом секторе. PwC в России. [Электронный ресурс]. - Режим доступа: https://www.pwc.ru/ru/energy-utilities.../innovation_survey2014.pdf.
5. ОПЕК констатировала сокращение добычи нефти картелем.-[Электронный ресурс] .- Режим доступа: <http://expert.ru/2016/01/18/opek/>
6. Нефть по 50 долларов – это подарок всему миру. [Электронный ресурс]- Режим доступа: <https://8banks.com/oil/2015/10/26/neft-po-50-dollarov-eto-podarok-vsemu-miru.html>.
7. Шевцов В.В., Назарова О.В. Эффективный бизнес и деловая культура Современная модель эффективного бизнеса: монография. Кни- га 15 / Ю.А. Безруких, А.В. Губенко, Т.Ю. Ксенофонтова и др. / Под общ. ред. С.С. Чернова. – Новосибирск: Издательство ЦРНС, 2016. – 198 с. ISBN 978-5-00068-666-9
8. Шевцов В.В., Волохатых А.А. Управление инновационными проектами и российская специфика. Актуальные вопросы экономики и современного менеджмента, / Сборник научных трудов по итогам международной научно-практической конференции. № 3 г. Самара, 2016, 285 с. РИНЦ

СЕКЦИЯ №9.

ВОПРОСЫ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ В СОВРЕМЕННОЙ ЭКОНОМИКЕ

ГОСУДАРСТВЕННОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ЦЕН НА ПРОДОВОЛЬСТВЕННЫЕ ТОВАРЫ В УСЛОВИЯХ ЭКОНОМИЧЕСКОГО КРИЗИСА

Ембулаев А.С.

Студент, гр. 13ЭМ1, Пензенский Государственный Университет, г. Пенза, РФ

Аннотация: в статье рассматривается сущность и методы государственного регулирования цен в условиях экономического кризиса на продовольственные товары, анализируются последствия государственной ценовой политики. Приводятся результаты мониторинга цен на продовольственные товары в розничных торговых точках.

Ключевые слова: государство, цена, ценообразование, государственное регулирование, социально значимые товары, продовольственные товары.

В современных условиях цена играет значимую роль в экономике, подчиняя производство общественным потребностям через механизм спроса, создает стимулы для снижения издержек, связанных с производством и реализацией продукции, а также для внедрения достижений научно-технического прогресса в хозяйственную практику. Как известно, в силу несовершенства рыночного механизма, государство зачастую вмешивается в его функционирование, в том числе и в процесс ценообразования, однако последствия такого вмешательства не всегда можно оценить положительно. С одной стороны, оно содействует развитию рыночных отношений, конкуренции, выполняет антициклическую функцию, сглаживая при этом социально-экономические последствия инфляции, а с другой, – блокирует конкурентный механизм установления цен. Вот почему получивший столь широкое освещение в научной литературе вопрос, связанный с государственным регулированием цен, является дискуссионным и актуальным, а его изучение позволяет углубить представление о роли государства в ценообразовании и эффективности методов регулирования цен.

Очевидно, что государственное регулирование цен, является неотъемлемой составляющей ценовой политики государства, представляющей собой комплекс мер, направленных не только на осуществление регулирования цен в экономике, но и контроля за их соблюдением. В свою очередь, ценовая политика государства выступает частью более общей государственной политики – экономической, которая, как полагает В.И. Кушлин, призвана способствовать:

- развитию рыночных отношений;
- свободному перемещению товаров, услуг и финансовых средств;
- защите частной, государственной, муниципальной и иных форм собственности;
- созданию условий для честной конкуренции;
- преодолению инфляционных процессов;

- достижению экономической и социальной защиты населения и др.[2, с. 105].

Еще более конкретный перечень целей государственного регулирования цен приводится Е.В. Стрижовым, в частности, отмечающим, что государственное регулирование цен осуществляется в целях:

- согласования интересов субъектов рыночной экономики (производителей, потребителей, государства);
- обеспечения экономической безопасности страны;
- защиты отечественных производителей;
- защиты наименее обеспеченных слоев населения от необоснованного роста цен на товары первой необходимости;
- создания условий для нормальной конкуренции;
- оказания влияния на деятельность предприятий монополистов;
- ограничения инфляционного роста цен;
- ограничения резкого роста цен на факторы производства;
- поддержания ценовых пропорций [5, с. 26].

Первичной формой государственного воздействия на цены, на котором, по сути, основываются методы прямого и косвенного регулирования, является наблюдение за ценами, осуществляемое статистическими органами, научно-исследовательскими центрами. Цель такого наблюдения состоит в измерении стоимости жизни для определения индекса ежегодного номинального повышения заработной платы, пенсий, пособий, а также оценке влияния роста цен на издержки производства и национальную конкурентоспособность [4, с. 111].

Государственное регулирование цен на конкурентных рынках осуществляется путем сочетания прямых и косвенных методов.

Как указывает Е.Н. Воронкова, прямое государственное регулирование представляет собой административное вмешательство государства в процесс установления цен, правил ценообразования с целью ограничения ценовой конкуренции, стабилизации или сдерживании производства различных товаров [6, с. 70].

К методам прямого государственного регулирования цен относятся.

1) Замораживание цен – это установление постоянства цен, которое является, в первую очередь, инструментом антиинфляционной политики. Замораживание цен может носить всеобщий характер или распространяться на отдельные товары (повседневного спроса и иные жизненно необходимые товары).

2) Установление фиксированных цен – применяется в условиях инфляции либо в обычном состоянии рыночной экономики, с целью предотвращения возникновения и развития инфляционных процессов.

3) Установление пределов цен. Введение нижнего предела цен как гарантийная мера, обеспечивающая производителю определенный уровень дохода, предупреждающая его банкротство и позволяющая расширить спрос на продукцию, осуществляется в периоды кризисов перепроизводства, сопровождающихся резким падением цен. Установление верхнего предела цен, сдерживающее их бесконтрольный рост, предупреждающее действия участников рынка, связанные со стремлением увеличить объем получаемой прибыли без увеличения объема реализации, имеет место в случае острого товарного дефицита на рынке.

4) Установление предельного норматива рентабельности – призвано ограничить прибыль от реализации единицы продукции и, как правило, применяется при назначении цен на продукцию предприятий-монополистов, а также при прямом регулировании цен на различные виды сервиса.

5) Установление предельных значений посреднических и торговых надбавок – обычно производится местными исполнительными органами власти на реализацию и транспортировку товаров в конкретных регионах.

6) Декларирование цен – представляет собой практику предоставления в государственные органы сведений (деклараций) о предполагаемом уровне цен, носящих заявительный характер.

7) Установление гарантированных цен – зачастую применяется в отраслях АПК при контроле сбыта сельскохозяйственной продукции, служит рычагом влияния государства на структуру аграрного производства и инструментом осуществления социальной политики в отношении крестьянства.

8) Установление рекомендательных уровней цен – иногда применяется к важнейшим видам товаров, фактическая цена которых может превышать рекомендательный уровень, однако прибыль от

реализации таких товаров по цене превышающей рекомендательную, облагается прогрессивным налогом [3, с. 67].

Помимо методов прямого воздействия на цены государство применяет косвенные методы регулирования цен, предполагающие воздействия на факторы ценообразования и получившие широкое распространение в западных странах в начале XX века в связи с интенсификацией инфляционных процессов. С помощью косвенных методов государство регулирует поведение объектов, участвующих в процессе ценообразования, диктуя порядок, способы определения цены и ее уровень. К косвенным методам государственного регулирования цен относятся налоги, субсидии, дотации, установление минимального размера оплаты труда [1, с. 14].

Во многом положительные моменты государственного регулирования цен исходят из целей данного направления государственной политики. Например, замораживание цен, установление пределов цен или установление предельного норматива рентабельности в совокупности с регулированием заработной платы способствуют сдерживанию инфляции посредством политики доходов, предполагающей остановку раскручивания спирали «зарплата – цены». Применение косвенных методов регулирования цен со стороны государства, в частности, снижения налоговой ставки или полного освобождения от налогов, дотирования производителей, выпускающих товары первой необходимости, способствует обеспечению равного доступа населения к данным товарам независимо от уровня доходов граждан. Содействие развитию конкуренции может быть реализовано посредством установления дотаций национальным производителям, либо введения импортных пошлин, которые выступают в качестве ограничительных мер, связанных с установлением барьеров для входа импортеров на внутренний рынок. Обеспечение конкурентной среды также может быть реализовано посредством установления государством фиксированных цен, пределов цен, предельного норматива рентабельности, предельных значений посреднических и торговых надбавок. Данные государственные меры применяются в отношении предприятий с целью недопущения завышения цены.

Резкий скачек цен на продовольственные товары в основном наблюдается в период экономического кризиса, который вызван рядом причин. По данным проведенным в рамках научно-исследовательского проекта мониторинга цен за 2015-2016 гг. показал, что по таким продовольственным товарам, как капуста, темп изменения цен составил 220%, сахар-песок – 133 %, картофель – 126%. [6]

Как уже было сказано выше, государственное регулирование цен на конкурентных рынках содержит в себе как положительные, так и отрицательные моменты.

Государственные органы управления РФ в целях стабилизации данной ситуации, начали проводить массовые проверки розничных торговых точек в соответствии с постановлением правительства РФ № 530 «Об утверждении Правил установления предельно допустимых розничных цен на отдельные виды социально значимых продовольственных товаров первой необходимости, перечня отдельных видов социально значимых продовольственных товаров первой необходимости, в отношении которых могут устанавливаться предельно допустимые розничные цены, и перечня отдельных видов социально значимых продовольственных товаров, за приобретение определенного количества которых хозяйствующему субъекту, осуществляющему тор-говую деятельность, не допускается выплата вознаграждения».

В результате рейдов, задачей которых стало выявление динамики изменения цен на социально значимые продовольственные товары, был получен анализ. В ходе исследования было выявлено, что цены в сетевых магазинах значительно ниже, несетевых магазинов. Анализ полученных данных представлен в таблице 1.

Таблица 1 – Средние цены на социально значимые продовольственные товары в розничных торговых точках (наблюдения февраль 2016 г.), руб.

№	Товарная категория	Несетевые магазины	Сетевые магазины
1	Хлеб ржаной	27,32	20,22
2	Макаронные изделия	76,83	55,41
3	Картофель	37,97	33,77
4	Сахар-песок	63,58	53,63
5	Мясо (курица)	154,54	128,88
6	Рыба свежемороженая	233,08	187,24
7	Масло подсолнечное	81,03	69,35
8	Сосиски	311,45	271,88

Что касается негативных последствий государственного регулирования цен, то следует отметить, что государственное вмешательство в процесс ценообразования нарушает действие рыночного механизма, основанного на действии законов спроса и предложения, что ведет к разрушительному воздействию на рыночную экономику. Кроме того, принудительное установление цены на уровне ниже рыночного равновесия спроса и предложения как способ решения проблем социального неравенства в доходах, ограниченного доступа к ресурсам или потребительским благам, зачастую сопровождается товарным дефицитом, недопроизводством товаров, что отрицательно сказывается на общественном развитии. Контроль над ценами приводит также к таким экономическим последствиям, как сокращение производства, возникновение теневой экономики в различных сферах, субъекты которой, избегая налогообложения, способствуют сокращению поступлений в государственный бюджет, которые могли бы быть направлены на решение социальных проблем.

В таблице 2 представлены темпы изменения розничных цен на социально значимые продовольственные товары в розничных магазинах.

Таблица 2 - темпы изменения розничных цен на социально значимые продовольственные товары в розничных магазинах

№	Товарная категория	Цены за февраль 2016 г. в % к средним ценам за ноябрь 2015 г.	Цены за февраль 2016 г. в % к средним ценам за апрель 2016 г.
1	Хлеб ржаной	82,8	96,15
2	Батон нарезной	119,4	99,5
3	Крупа гречневая	108,5	100,3
4	Сахар-песок	142,6	93,55
5	Мясо (курица)	102,2	95,3
6	Рыба свежемороженая	108,5	90,15
7	Масло подсолнечное	89,6	103,1
8	Сосиски	72,1	91,85
9	Макаронные изделия	74,4	97,25
10	Молоко	105,2	98,25
11	Картофель	129,7	99,20
12	Яблоки	111,9	94,8
13	Капуста	220	100,45
14	Мука пшеничная в/с	112,6	99,8
15	Чай черный байховый	90,4	97,25
16	Рис	105,7	98,15
17	Яйца	115,5	95,95

В результате ежемесячного мониторинга цен, свободной реализации на потребительском рынке, показал, что проверки торговых точек, осуществленных государственными органами управления РФ, не повлиял на снижение цен, те группы товаров, рост цен на которые превысил 30%.

Проанализировав динамику изменения цен, можно сделать вывод, что государственное вмешательство в процесс ценообразования не способствовало снижению цен, а по некоторым товарным группам цены продолжали расти.

Данная ситуация обусловлена не только несвоевременным вмешательством государства в регулирование цен, но и отсутствием механизма установления предельно допустимых розничных цен, которые позволили бы учесть интересы как продавцов, так и покупателей.

Такая практика показывает, что в Постановлении Правительства Российской Федерации о государственном регулировании цен на социально значимые продовольственные товары, хотя и содержатся все необходимые положения, гарантирующие стабильность ценовой политики, однако присутствуют «белые пятна», не позволяющие государственным органам управления в полной мере реализовать свою регулируемую функцию в ценообразовании.

Таким образом, ценовая политика государства реализуется комплексом мер прямого и косвенного воздействия на цены, служит средством реализации основных функций государства в экономической и социальной сфере и имеет различные последствия для экономики в целом и отдельных ее субъектов. В силу

этого при осуществлении государственного регулирования цен необходим комплексный подход, позволяющий учитывать интересы различных субъектов рыночной экономики.

Список литературы

1. Бабленкова, И.И. Государственное регулирование и государственный сектор в современной региональной экономике России / И.И. Бабленкова // Экономика. Налоги. Право. – 2012. – № 3. – с. 13-27
2. Кушлин, В.И. Государственное регулирование экономики / В.И. Кушлин. – М.: Экономика, 2014. – 495 с.
3. Мельников, В.В. Государственное регулирование национальной экономики / В.В. Мельников. – М.: Омега-Л, 2015. – 338 с.
4. Осадин, Н.Н. Государственное регулирование финансовой сферы в посткризисной экономике России / Н.Н. Осадин // Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 3: Экономика. Экология. – 2011. Т. 3. – № 1. – с. 110-115
5. Стрижов, Е.В. Государственное регулирование структурных сдвигов в / Е.В. Стрижов // Ученые записки Орловского государственного университета. Серия: Гуманитарные и социальные науки. – 2011. – №2. – с. 26-28
6. Куликов И.А., Цыбанина И.В. Мониторинг цен на социально значимые товары в розничных торговых предприятиях города Москвы: сб. ст.: в 3 т. М.: ФГБОУ ВО «РЭУ им. Г. В. Плеханова», 2016. Т. 3. 264 с.
7. Федорова, Г.М. Формы и методы государственного регулирования цен / Г.М. Федорова // Экономическая среда. – 2014. – №4. – С. 70-73

ПРАГМАТИЧНЫЙ ПОДХОД В ВОПРОСАХ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ, КАК ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Утегенова Г.С.

Магистрант Университета Нархоз, Международная бизнес школа, г. Алматы (Казахстан)

Согласно некоторым исследованиям цена играет большую роль во влиянии на сбыт продукции, в несколько раз превышающую влияние рекламы. Поэтому важной стороной ценообразования является рациональный подход к данному процессу, адекватность установления цен.

Адекватно установленная цена в ходе проведения сделок по продаже товара, позволит предприятию получить размер выручки, покрывающие все понесенные затраты и получить прибыль. Это станет фундаментальным условием для обеспечения безостановочного производственного процесса. Будут созданы условия для организации воспроизводства товара. На вырученные деньги от продажи предприятие вновь закупит необходимые для производства сырье и материалы, наймет работников, произведет другие необходимые затраты и начнет новый производственный цикл. Если цена установлена не правильно и не позволит покрыть свои затраты, то это приведет к не возможности финансирования каких-то элементов производства и оно остановится.

Таким образом, адекватное ценообразование должно создавать условия для роста доходов, покрывающих расходы и получение определенной прибыли, необходимой для роста производства и удовлетворения запросов заинтересованных лиц (акционеров, учредителей, членов коллектива и пр.).

Существует два подхода к определению цены. Первый – это экономический, зависящий от производственных издержек. Такой подход характерен для большинства казахстанских предприятий. В частности, в ТОО «ЖЕТЫСУ ГРАНИТ» основываются в большей степени именно на таком подходе, чем на втором подходе. Второй подход - это маркетинговый, который определяется конъюнктурой рынка, предпочтениями покупателей, уровнем конкуренции.

При маркетинговом подходе появляется возможность извлекать большую прибыль за счет установления более высоких цен, используя разные маркетинговые методы.

В этой связи с целью повышения уровня конкуренции и увеличения объемов получаемых доходов ТОО «ЖЕТЫСУ ГРАНИТ» следует шире использовать методы маркетинга.

Для рационализации ценообразования мы предлагаем использовать комбинированно экономический и маркетинговый подходы. Экономический подход не позволит устанавливать цены ниже минимально возможного уровня. В то же время маркетинговый подход позволит ТОО «ЖЕТЫСУ ГРАНИТ» устанавливать максимальные цены, при которых покупатель не откажется от приобретения товаров предприятия. Такой комбинированный подход конечно намного сложнее той практики ценообразования, который применяется в настоящее время в ТОО «ЖЕТЫСУ ГРАНИТ». Здесь следует применять правило, сводящего в первую очередь к минимуму имеющиеся риски потерь, а неполучения максимальной прибыли.

Существуют разные виды цен, лежащие в основе формирования ценовой стратегии.

В первую очередь, это базовая цена. В основе базовой цены лежат общие затраты оптового предприятия по продвижению товаров от производителей к покупателям и при этом предусматривают определен минимума прибыли, ниже которого становится просто не выгодно торговать товаром. Очевидно, что ниже базовой цены продавать товары нерентабельно. Базовая цена позволяет оптовым торговцам определять самый нижний уровень цены. Базовая цена является предпочтительной для основной массы потребителей и на нее ориентируется сам продавец товаров.

Однако любой продавец товаров стремится продать товар по цене, выше базовой цене, которая в результате превращается в справедливую цену, ту которую готов и заплатит покупатель. Справедливая цена становится приемлемой рыночной ценой одинаково удовлетворяющая интересы продавца и определяет поведение покупателя, согласно заплатить эту цену.

Как правило, выше справедливой цены деньги за продаваемый товар не платят. На рынке идет постоянная борьба между продавцами и покупателями, имеющими разнонаправленные интересы, которые представлены на рисунке 1.

Выходя на рынок, продавец предлагает свою цену, которая никоим образом не может быть ниже базовой цены, но при этом стремится максимально поднять уровень цены на свой товар. Покупатель же наоборот, стремится дать меньше за товар. В столкновениях интересов продавцов и покупателей рождается справедливая цена. Выше справедливой цены никто за товар платить не будет. Выше этой цены заплатят только в исключительных случаях, связанных с исключительностью товара или монопольным положением на рынке продавца. Очевидно, что ценовая политика направлена на максимизирование разницы между базовыми и справедливыми ценами. Большая разница между справедливой и базисной ценами дает больший размер прибыли предприятия.

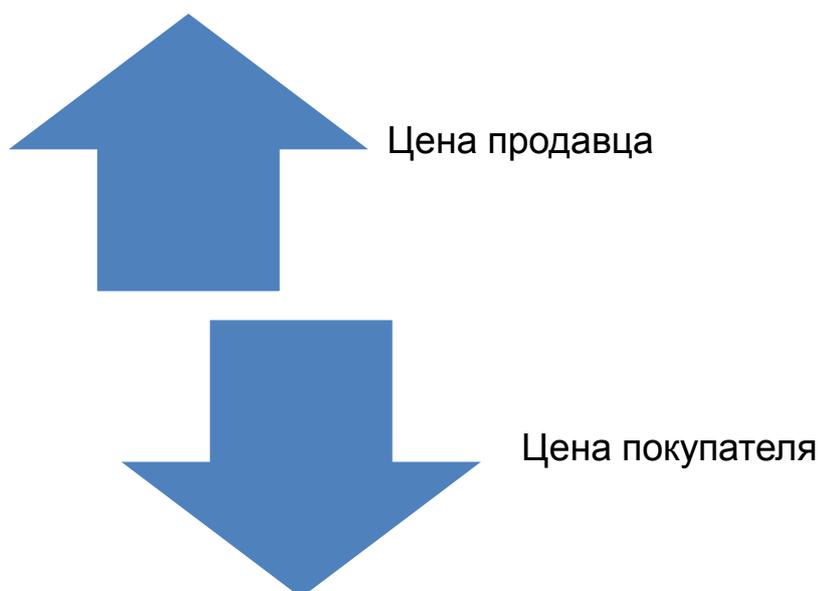


Рисунок – 1 Процесс формирования справедливой цены

Очевидно, что достижение большей разницы является весьма сложной задачей, требующей использования разных способов и методов поднятия цен, верхние пределы которой ограничены готовностью (возможностями) покупать, товары по ценам покупателей.

Однако нельзя завышать цены просто из одного лишь желания продавцов. Для этого следует грамотно позиционировать товары и чтобы цены имели четкое обоснование. Достижение адекватного уровня ценовой политики предприятия позволит ему иметь огромные конкурентные преимущества. Поучить дополнительные доходы за счет обоснованного повышения цены гораздо проще, чем находить новые пути продвижения товаров, их рекламирования и увеличения объемов продаж. Именно по пути повышения цен на отдельные товаров номенклатуры ТОО «Селена-ЦА» мы предлагаем совершенствовать ценовую политику предприятия.

Но для этого необходимо классифицировать весь ассортимент товаров ТОО «ЖЕТЫСУ ГРАНИТ» по ценовым категориям: высшей, средней и низкой.

К первой, высшей ценовой категории относятся высокая цена и высокая прибыль на товар. Для этой группы товаров, которые относятся к «дойным коровам», характерными должны быть высокий уровень ликвидности и высокое качество товаров. Чтобы данная категория товаров оставалась высоко престижной для предприятия, оно может дорабатываться для создания больших удобств для покупателей, сюда должны быть направлены большие затраты на продвижение, позиционирование на рынке, большие затраты на удержание лидирующих позиций в своем сегменте.

К средней ценовой категории отнести товары со средними ценовыми границами, средним уровнем затрат. Если товар или услуга продается в этой ценовой категории, то продавцы не претендуют на уникальность товара, ориентир сделан на массовое потребление.

Очевидно, что к низшей ценовой категории будут отнесены товары с невысокими ценами и с низким уровнем ликвидности (неликвиды). В этой ценовой категории цена является важнейшим конкурентным преимуществом. Часто низкие цены являются стратегически продуманным ходом, тем, что привлекает клиента на этапе покупки или приобретения товара.

Отнесение товара к одной из перечисленных ценовых категорий достаточно условно, поскольку на определенном этапе развития рынка товары могут переместиться из одной категории в другую и наоборот.

Ценообразование должно происходить с помощью понятных и простых инструментов для менеджеров ТОО «ЖЕТЫСУ ГРАНИТ», процесс формирования цены должен быть максимально доступным и прозрачным для них.

Каждый менеджер ценообразования ТОО «ЖЕТЫСУ ГРАНИТ» должен понимать основные условия процесса - рыночное позиционирование, наличие конкурентных преимуществ и имиджа предприятия и прочие маркетинговые преимущества, дающие возможность установления более высокой цены на товары. Подобный рациональный подход к установлению цены будет прагматичным и принесет ТОО «ЖЕТЫСУ ГРАНИТ» дополнительный доход.

При рационализации ценовой стратегии в рамках уже определенной ценовой политики руководство ТОО «ЖЕТЫСУ ГРАНИТ» должно учитывать ряд существенных факторов, которые влияют на выбор ценовой стратегии. Такие факторы, рассмотренные ранее, могут быть дополнены с помощью более глубокого исследования на стадии подготовки к новому порядку ценообразования.

Эти исследования должны затронуть следующие аспекты внешней и внутренней среды:

- политическая обстановка;
- общее состояние экономики;
- стабильность тенге;
- состояние потенциальных покупателей;
- перспективы спроса на товары;
- изменения в государственном регулировании экономики и т.д.

Тщательное исследование позволит определить более точные параметры для дифференцированного ценообразования по группам товаров, позволит сохранить и преумножить занимаемую долю рынка.

Если рассматривать дифференцировано сложившийся портфель продаж товара в ТОО «ЖЕТЫСУ ГРАНИТ» и его движение, то видно, что некоторые товары являются высоколиквидными, а некоторые наоборот, реализуются крайне медленно.

Это обстоятельство можно использовать при дифференцировании цен. На рынке строительных материалов цены недостаточно эластичны. Существенное снижение установленных цен на товары едва ли

приведет к росту сбыта продукции. Этот факт наводит на мысль о том, что на низко ликвидные товары цены можно несколько повысить – в любом случае они будут реализованы.

Конечно, нельзя повышать цены на все низко ликвидные товары. Есть группа низко ликвидных товаров, но с относительно дорогие, например пистолеты для монтажной пены. На такие товары цены должны оставаться конкурентоспособными.

Таким образом, простым повышением цен ТОО «ЖЕТЫСУ ГРАНИТ» может увеличить валовые доходы предприятия. Конечно, оппоненты идеи повышения цены станут спорить о рациональности такого подхода к предлагаемому ценообразованию, мотивируя это нововведение как отпугивание покупателей, сложность процесса повышения цен и т.п.

Однако механизм повышения цен достаточно прост. Во-первых, ТОО «ЖЕТЫСУ ГРАНИТ» в соответствии с инфляцией ежегодно проводит корректировку цен повышая их, к чему уже приучены многочисленные покупатели продукции предприятия. Поэтому дополнительное, незначительное повышение процента цен на ряд товаров, скорее всего, останется едва заметным. Во-вторых, ТОО «ЖЕТЫСУ ГРАНИТ» предлагает скидки при определенном объеме закупки. Не составит сложности ввести дифференцированные скидки с учетом предлагаемой идеи повышения цен. То есть на высоколиквидные товары оставить скидку в 18%, а на низко ликвидные ввести скидки в размере скажем 13, 8, 3% или вообще отменить скидки.

Таким образом, прагматичный, рациональный подход к ценообразованию, отказ от единого подхода к дифференцированному ценообразованию даст ТОО «ЖЕТЫСУ ГРАНИТ» дополнительный доход за счет имеющихся маркетинговых преимуществ, которыми располагает предприятие.

Список литературы

Книги:

1. Кеворков В.В., Леонтьев С.В. Политика и практика маркетинга на предприятии. –М.:2016, Диво – 127с.
2. Лысенко, Ю.В. Экономика предприятия торговли и общественного питания. - СПб.: Питер, 2013. - 416 с.
3. Экономика торгового предприятия, -М.: Экономика, 2012.- 625с.
4. Портер М. Конкуренция. –СПб., М., Киев: Вильямс, 2003, -917 с.

Статья из периодического издания:

- 5.Каира З.С.,Каира И.А., Шамшин В.Н. Метод определения оптимальной цены товара//Вестник университета «Туран». 2013, № 2. с.22-28

ПРОБЛЕМА УСТАНОВЛЕНИЯ ЦЕН НА ИННОВАЦИОННУЮ ПРОДУКЦИЮ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ.

Фаюстова В.В., Пронина Н.Н.

(Фаюстова В.В. - студентка ПГУ, гр.13эм2, г. Пенза;

Пронина Н.Н. – к.э.н., доцент кафедры «Маркетинг, коммерция и сфера обслуживания» ПГУ, г. Пенза)

В условиях рыночной экономики важным аспектом является пересмотр многих вопросов, оказывающих влияние на развитие России и центральной проблемой при этом, является ценообразование на инновационную продукцию. Для решения этой проблемы разработаны теории относительно ценообразования на инновационные продукты, но оптимальная стратегия установления цен не определена.

Данная проблема очень актуальна в наши дни, это связано с социально-экономическими преобразованиями, характеризующими современное состояние и тенденции развития страны, которые являются неотъемлемой частью инновационного продукта, как товара. Инновации открывают неограниченные возможности для укрепления имеющихся позиций на внутреннем и мировом рынках.

Важно определить экономические и социальные основы формирования цен в условиях рыночной экономики на инновационные продукты, а также необходимость их регулирования.

Цены и ценообразование являются одним из ключевых составляющих рыночной экономики. Правильная методика установления цены, последовательная реализация обоснованной ценовой стратегии – это необходимые компоненты эффективной работы любой организации [3].

Каждый товар имеет цену, однако не каждая компания может установить цену, по которой она готова продавать свой товар. В зависимости от особенностей инновационного продукта, объемов и экономической мощи предприятия - продавца, поставленных целей, для определения цены могут быть использованы различные методы.

Выбор определенной методики основан на том, какие цели компания поставила перед собой, какова ситуация на рынке и потребительские характеристики производимой и реализуемой инновационной продукции. Каждый из методов ценообразования имеет свои преимущества и недостатки и по-разному влияет на уровень цены [1].

Рассмотрим основные методы ценообразования, используемые в рыночной экономике. Их можно разделить на следующие группы:

- методы, ориентированные на затраты,
- методы, ориентированные на спрос потребителей,
- параметрические методы,
- методы, ориентированные на конкурентное окружение.

Методы, которые основаны на учете затрат, показывают ориентацию на продавцов. Они являются традиционными и распространенными, это обуславливается наличием требуемой информации у компаний, простотой расчетов, есть возможность определить нижнюю границу цены. Но существуют и недостатки: не учитывается уровень спроса и может сложиться такая ситуация, когда инновационный товар не реализуется из-за того, что цена высока [4].

Метод полных издержек предполагает, что в основе цены на инновационную продукцию заложены все фактические затраты компании на ее производство и реализацию, т.е. рассчитывается полная себестоимость товара и к ней прибавляется сумма прибыли. Т.к. постоянные расходы распределены между всеми видами выпускаемого товара пропорционально какому-либо показателю, то при разных вариантах распределения колеблется и уровень ее себестоимости.

Более прогрессивным и обоснованным можно считать метод стандартных полных издержек - оптимальный для установления цен на инновационную продукцию. Его смысл в том, что в основу цены закладываются не фактические затраты, а нормативные, а также учитывается отклонение фактических расходов от норм. Такой метод ценообразования имеет свои преимущества в сравнении с простым учетом фактических затрат. Он дает возможность управлять затратами, т.к. рассчитывается не просто общая величина отклонения, а в разрезе каждой статьи.

Данный метод позволяет осуществить пофакторный анализ статей затрат и выявить, почему происходит отклонение цены от стандарта, и обеспечивает возможность непрерывного сопоставления статей затрат с финансовыми результатами вне зависимости от изменений в загрузке производственных мощностей. Такой метод ориентирует производителей на сокращение затрат.

Менее подходящим методом для установления цен на новую продукцию является метод предельных издержек, который предполагает учитывать в цену товара только затраты, возникающие при выпуске каждой дополнительной единицы продукции сверх производства.

Применение данного метода основывается на принципе маржинальной прибыли, за счет которой происходит возмещение постоянных затрат. Метод предельных издержек сложнее, чем метод стандартных полных издержек, т.к. ориентируется на многофакторный подход к ценообразованию. Если компания его использует, то необходимо оценивать потенциальный объем продаж по каждой предполагаемой цене [2].

Метод применяется в разных ситуациях. Например, если в организации существуют свободные производственные мощности и постоянные затраты покрываются текущим объемом производства. В этом случае для увеличения объемов продаж компания может формировать цену на инновационную продукцию только с учетом переменных издержек. А если компании нужно завоевать долю рынка, и оно планирует использовать ценовую стратегию проникновения на рынок, т.е. цена на его изделие устанавливается ниже, чем цена на аналогичный товар. В таком случае важно учитывать, что длительное время использовать этот метод невозможно, т.к. в конечном итоге нужно будет возмещать все затраты и получать прибыль.

Главными направлениями продвижения инновационных товаров из позиции их потребительского назначения являются: замена товара, добавление его к существующим ассортиментным группам, новые ассортиментные группы, продукция, которая представляет собой мировые новинки и создает новые рынки сбыта и сферы использования.

Решая вопрос об установлении окончательной цены на продукцию важно помнить, что определение ее величины не может происходить без учета ситуации на рынке и общей стратегии компании.

Таким образом, в условиях рыночной экономики цены могут найти широкое применение в отношениях между разработчиками, создающими научный задел и выполняющими инициативные разработки, и промышленные объединения или организации-спонсоры заинтересованы в результатах таких работ.

При современных темпах развития науки и техники инновационные приоритеты экономики страны должны объективно определяться не только по узловым направлениям преодоления технологического отставания в развитии отдельных отраслей, но и по факторам прироста социально-экономической эффективности каждого нового воспроизводственного цикла, кругооборота капитала. Это является определяющей предпосылкой достижения долгосрочных целей предприятия для устойчивого экономического роста на всех уровнях народного хозяйства страны.

Принимая решение о выборе уровня цены, руководителям компании необходимо опираться на несколько цен, рассчитанных для одного и того же товара, т.к. благодаря этому будет возможность оценить вероятность получения прибыли с различных сторон. Исходя из спроса на инновационную продукцию, ее качества, воспринимаемой ценности товара потребителем, уровня затрат на производство следует выбрать оптимальный уровень цены в сложившейся рыночной ситуации.

Список литературы

1. Емельянова Т. В., Бабушкина Е. П., Приходько В. В., Скорик Н. Я., Тишковская Т. М. Ценообразование в организации. - Москва, 2011
2. Калапуц П.А. Формирование цен на новую продукцию // «МГОУ-XXI-новые технологии», 2009
3. Маховикова Г. А., Желтякова И. А., Пузыня Н. Ю. Цены и ценообразование; Питер - Москва, 2010
4. Трифилова А. А. «Открытые инновации» – парадигма современного инновационного менеджмента // Инновации, 2010.

СЕКЦИЯ №10.

МИРОВАЯ ЭКОНОМИКА

И МЕЖДУНАРОДНЫЕ ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ОТНОШЕНИЯ

РОССИЯ И КАЗАХСТАН: ТОРГОВОЕ СОТРУДНИЧЕСТВО В РАМКАХ ЕАЭС

Болтянская Т. О.

Уральский государственный педагогический университет, г. Екатеринбург

Таможенный союз – соглашение двух или более государств (форма межгосударственного соглашения) об отмене таможенных пошлин в торговле между ними, это форма коллективного протекционизма от третьих стран. Таможенный союз предусматривает также образование «единой таможенной территории» и создание единого внешнего таможенного тарифа (далее ТС). [1] Уже более 5 лет существуют ТС, а так же его последователь – Евразийский экономический союз (ЕЭС), с 2012 года образовалось Единое экономическое пространство (ЕЭП). Вероятнее всего, данный срок является коротким для таких масштабных интеграционных проектов, тем не менее на сегодняшний день мы можем проанализировать, как изменились торговые отношения стран-участников и кому ЕЭС и ТС оказались наиболее выгодными.

Рассмотрим показатели внешней торговли Казахстана со странами-участниками ТС и ЕЭС в 2010-2015 гг. на основе данных приведенных в [2] представлены в таблице 1.

Таблица 1

Показатели внешней торговли Казахстана со странами-участниками ТС и ЕЭС в 2010-2015 гг.

Год	2010				2015			
	РФ	Беларусь	Армения	Киргизия	РФ	Беларусь	Армения	Киргизия
Импорт	12200	520	3,20	166	9600	446	3,40	170
Экспорт	5700	336	7,60	423	4280	58	0,70	480

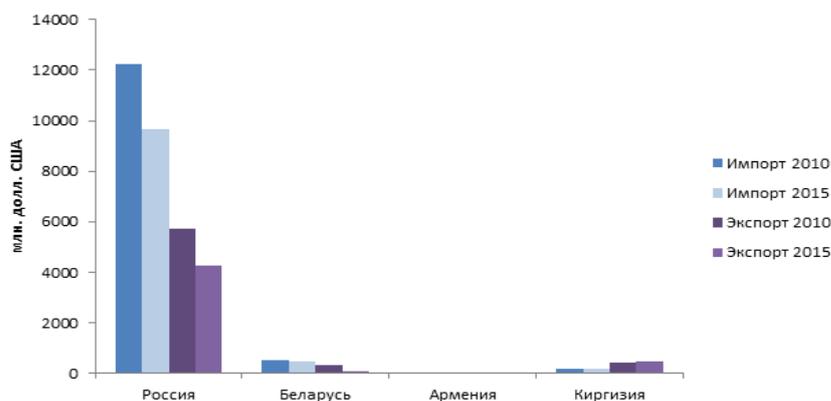


Диаграмма 1
Динамика внешней торговли Казахстана со странами-членами ЕАЭС в 2010 и 2015 гг.

Таким образом, из общих данных по товарообороту стран-участниц ЕЭС и ТС видно, что произошло снижение объемов торговли России с Казахстаном,

Беларусью и Арменией, но вырос товарооборот с Киргизией. При анализе подобных данных, учитывается общая макроэкономическая ситуация – спад объемов ВВП России, тяжелая ситуация с валютным курсом в Белоруссии и иные факторы, замедляющие развитие торговли между странами. Тем не менее есть некоторые факты, которые особенно позволяют понять, что ТС/ЕЭС вовсе не способствует росту торговли между странами-членами союза. Примером может послужить экспорт из Казахстана в Беларусь, который за последние 6 лет упал в 6 раз, тогда как импорт сократился лишь на 18%.

Рассмотрим торговые отношения Казахстана и России в период 2010-2015 гг.

Из данных приведенных выше (таблица 1) видно, что РФ – самый крупный по всем критериям торговый партнер Казахстана – но несмотря на географическую близость стран и все интеграционные процессы, начавшиеся после создания ЕЭП, падают объемы взаимной торговли стран (диаграмма 2).

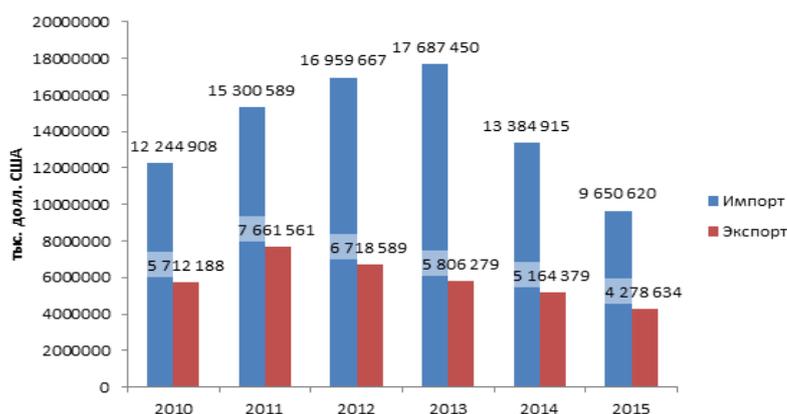


Диаграмма 2
Динамика взаимной торговли Казахстана и России в период с 2010 по 2015

На основе данных [3] экспортное снижение из Казахстана в Россию началось с 2011 года, к 2015 году экспорт составил менее 4,3 млрд. долл. – сократившись на 44% к 2011 году. Поэтому все положительные тенденции 2012-2013 года, из-за кризисных

явлений и падения уровня цен на основные экспортные товары были нивелированы к 2015 году.

Импорт из России достиг максимума в 2013 году -17,6 млрд. долл., снизился в 2015 году на 45% (к 2013 году). Более конкретизированные данные, а именно по отраслевой структуре импорта и экспорта в 2010 и 2015 гг. приведены в диаграмме 3, 4.



Диаграмма 3
Структура импорта из России в Казахстан в 2010 году

РФ осуществляет поставки в Казахстан практически всего, тем не менее в стоимостных объемах импорта приоритетные позиции занимают углеводородное сырье, металлы, руды и другие продукты добывающей промышленности.

Продукция машиностроения, автомобили и продукты питания – следующие категории, занимавшие значительную долю импорта из России в Казахстан в 2010 году.

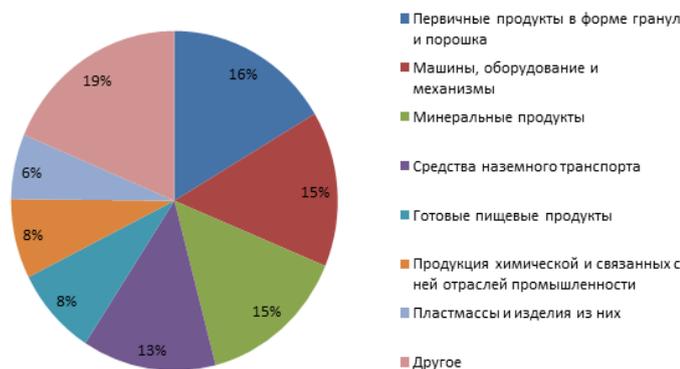


Диаграмма 4
Структура импорта из России в Казахстан в 2015 году

В структуре импорта из России в Казахстан в 2015 году существуют следующие различия:

- снижение доли минеральных продуктов;
- увеличение импорта автотранспортных средств из России;

- небольшое снижение объема поставок пищевой продукции, пластмасс и проч.

Хоть и произошло значительное падение объемов импорта из России, тем не менее, практически полностью сохранились объемы импорта продукции химической промышленности.

Таким образом можно сделать вывод о том, что, основная выгода среди российских предприятий приходится на нефтеперерабатывающие заводы, предприятия, экспортирующие продукты питания в Казахстан и АвтоВАЗ, который, согласно официальным данным, увеличил поставки на рынок Казахстана в 7 раз (с 5000 в 2010 до 35000 в 2015, а годом ранее, в 2014 году – более 51 тыс. автомобилей) [3].

Несущественно изменилась структура экспорта (смотрите диаграмму 5,6)



Диаграмма 5
Структура экспорта из Казахстана в Россию в 2010 году

Базу экспорта из Казахстана в Россию в 2010 году составили - нефть, руды черных и цветных металлов, уран и глинозем [3].



Диаграмма 6
Структура экспорта из Казахстана в Россию в 2015 году

В 2015 году структура экспорта в Россию практически не изменилась – основные экспортные группы – нефть, руды цветных и черных металлов, алюминий и изделия из него, глинозем и корунд.

Таким образом, за последние 6 лет объемы торгового оборота РК и РФ менялись динамично – достигнув пика 2012-2013 гг. сократились стремительно на 44% (экспорт) и 45% (импорт). Основное предприятие, которое получило максимальные преференции от работы Единого экономического пространства – АвтоВАЗ, увеличивший объемы импорта в Казахстан в 10 раз (2010 к 2014 году)[3].

Делая выводы, мы понимаем, что временный спад во взаимной торговле стран ТС совсем не означает отсутствия у него перспектив развития. Более того, кооперация государств союза в различных отраслях экономики позволяет усилить их конкурентные преимущества, став базой для экспансии на зарубежные рынки.

Список литературы

1. Международные экономические отношения: учебник для студентов по экономическим специальностям/под ред. В.Е. Рыбалкина. – 9-е изд., переработано и дополнено-М.:ЮНИТИ-ДАНА,2012 стр.334-337.
2. Михайлова Я. В. Интеграционные объединения на постсоветском пространстве // Молодой ученый. — 2015. — №3. — С. 454–456.
3. Соколов А. А. Сравнительно-экономический анализ стран ЕврАзЭС // Известия Оренбургского государственного аграрного университета. — 2014. — №1. — С. 227–230.
4. Мазур О. В., Андреева Н. В. Плюсы и минусы интеграции в рамках ЕврАзЭС // Экономика и менеджмент инновационных технологий. — 2014. — №5. — С. 28.
5. Тенюкова Е. Евразийское экономическое сообщество: перспективы развития // Актуальные вопросы инновационной экономики. — 2014. — №6. — С. 253–260.
6. Евразийская Экономическая комиссия // <http://www.tsouz.ru/>
7. ЕврАзЭС// <http://www.evrazes.com/>
8. Подкопаев М.В. Таможенный союз: первые вопросы и разъяснения // <http://www.auditit.ru/articles/account/buhconcret/a64/301880.html>

ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ СОВРЕМЕННЫХ ТАМОЖЕННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ НА ТЕРРИТОРИИ ЕВРАЗИЙСКОГО ЭКОНОМИЧЕСКОГО СОЮЗА

Тимофеева Е.Ю.

Санкт-Петербургский государственный экономический университет, г. Санкт-Петербург

Условия деятельности подразделений федеральной таможенной службы России и российских компаний, работающих в сфере внешнеторговой деятельности, формируются в последние годы под воздействием двух основных определяющих тенденций:

- процессов международной экономической интеграции;
- модернизации технологии работы таможенных органов на основе внедрения информационных технологий.

Создание единого таможенного пространства с едиными правилами и согласованной политикой в отношении третьих стран меняет условия работы, как таможенных органов, так и участников внешнеэкономической деятельности. При этом вопросы таможенного регулирования процесса перемещения товаров и транспортных средств, как за пределы, так и в границах данного объединения, остаются одними из ключевых факторов в деле формирования условий для эффективного функционирования торгующих организаций и экспортеров товаров.

Основным направлением совершенствования таможенных технологий, на которых в настоящее время сосредоточено внимание и таможенных органов и участников внешнеэкономической деятельности – это авторегистрация и автовывпуск – то есть организация работы по обработке массива деклараций преимущественно без участия человека. К данной цели таможенные органы России шли, начиная с 90-х годов, когда была разработана соответствующая концепция автоматизации таможенных органов. Однако, процесс занял более 20 лет, что не случайно, учитывая сложность поставленной задачи. Многие вопросы не решены или решены не полностью и на сегодняшний день.

Основные группы вопросов, которые требуют решения, представлены на рис. 1

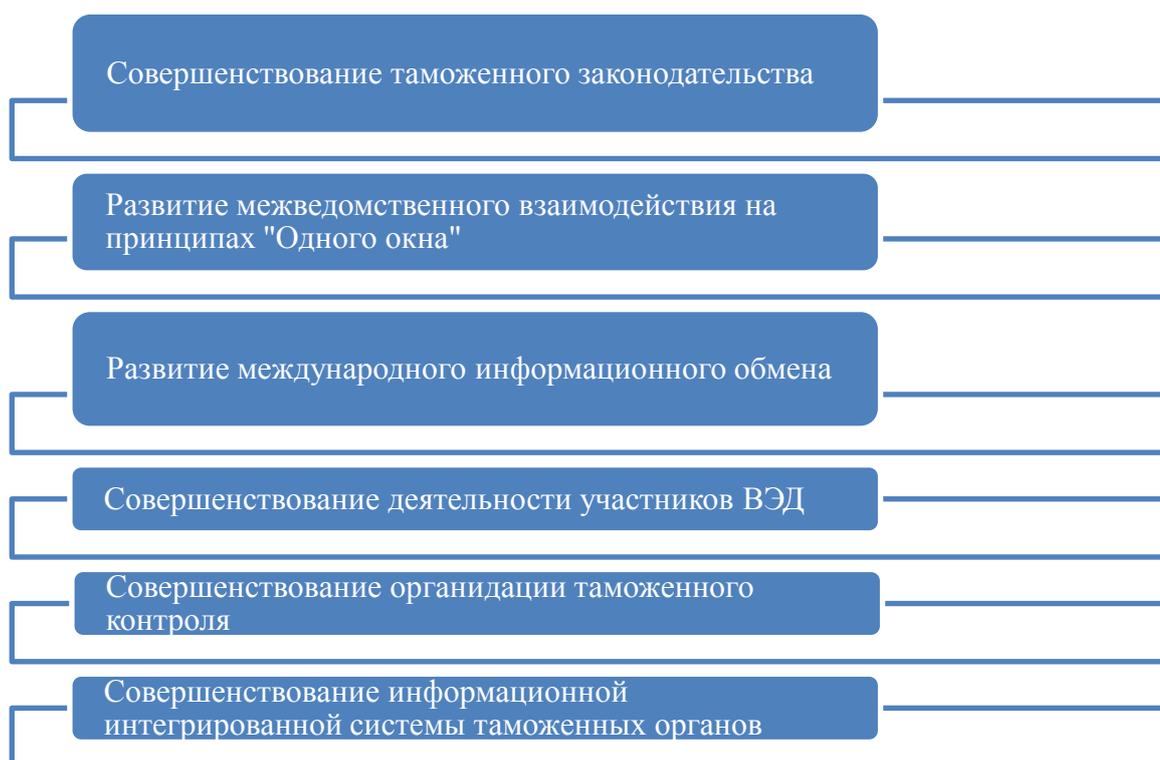


Рис.1 Основные группы вопросов, требующих решения в процессе внедрения новых технологий на территории ЕАЭС

Задача машинной обработки информации предъявляет определенные требования к ясности и однозначности трактовки законодательных формулировок, а также адаптации законодательства к иному (компьютерному) способу обработки данных и принятия решений. Среди новых положений, ранее не отраженных в таможенном законодательстве в проектах таможенного кодекса ЕАЭС включены положения [2]:

- описывающие порядок передачи предварительной информации до пересечения таможенной границы товарами и транспортными средствами;
- возможность полностью автоматизированной обработки документов, регистрации и выпуска товаров без участия должностных лиц;
- возможность не предоставлять товаросопроводительные документы, если они имеются в распоряжении таможенного органа;
- в обязанность Комиссии ЕАЭС вменена обязанность официального опубликования форматов передачи информации, что может существенно улучшить качество используемого программного обеспечения и как следствие этого, сократить количество технических ошибок в документах. До настоящего времени этот процесс не был урегулирован.

Данные положения требуют дальнейшего развития, как в таможенном, так и в смежном законодательстве. В особенности это касается изменений подходов к ответственности за принятие решений в процессе таможенного контроля и выпуска товаров, а также придания юридической значимости сведениям предварительной информации, что создаст возможность использовать их на следующих этапах контроля.

Существенное влияние на процесс таможенного контроля имеет и наличие отсылочных норм, количество которых, вопреки ожиданиям сократить не удалось. Общая структура таможенного законодательства остается достаточно сложной, что связано с процессами расширения и углубления процесса международной экономической интеграции. Однако это создает сложности при формировании пакета товаросопроводительных документов. Ускорение процесса перемещения товаров и транспортных средств во многом зависит от четкого понимания, какие документы, и в какой момент должны быть представлены таможенному органу. В последние годы значительное внимание уделялось сокращению числа запрашиваемых в процессе таможенного контроля документов. Количество запрашиваемых документов было включено в число показателей отражающих эффективность функционирования таможенных органов [3]. Много обсуждалась и тема использования принципа «одного окна». Здесь важными представляются

следующие аспекты. Необходимо формирование системы, позволяющей обеспечить однократный ввод информации и ее последующее использование для формирования ряда таможенных документов и их таможенного контроля. Единые требования к составу информации позволяют сформировать:

- предварительную информацию о товаре и транспортном средстве (за 2 часа до прибытия на таможенную территорию);
- уведомление о прибытии на таможенную территорию;
- транзитную декларацию.

В дальнейшем возможно формирование декларации на товар с некоторыми добавлениями на разных этапах продвижения товара. Таким образом, обеспечивается контроль «по горизонтали» в процессе поэтапной реализации таможенных операций вплоть до выпуска товара. Получение информации из альтернативного источника, позволяет таможенным органам осуществлять электронную обработку данных в процессе таможенного контроля, не требуя дополнительной информации от участника внешнеэкономической деятельности и избежав огромного количества дополнительных запросов бумажных документов и снизив вероятность фальсификации данных и обычных ошибок ручного ввода. Реализация принципа «одного окна» предполагает возможность широкомасштабного электронного обмена данными между таможенными органами, государственными контрольными органами и другими организациями, принимающими участие в движении товаров. (рис.2).

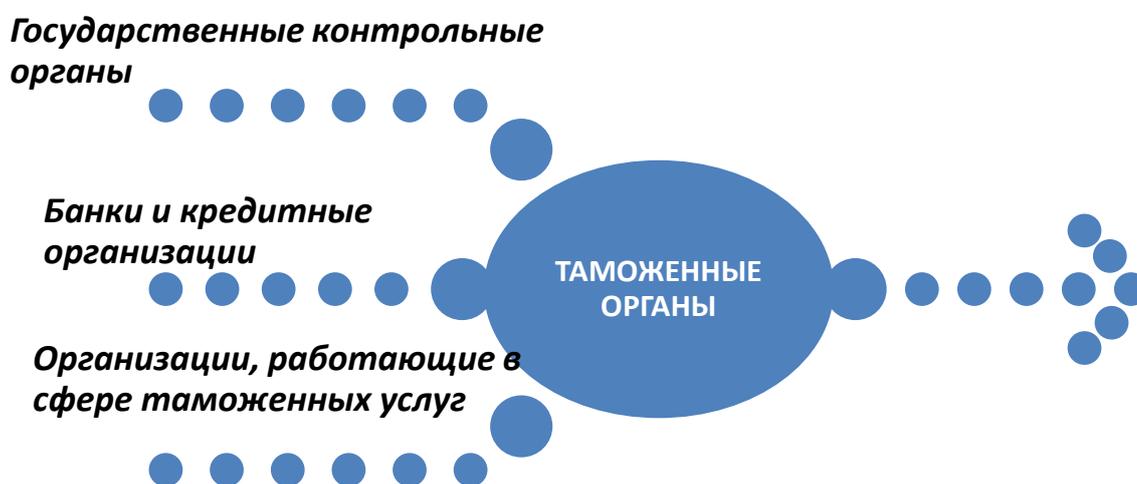


Рис.2 Принципиальная схема информационного обмена таможенных органов и иных организаций в процессе декларирования и выпуска товаров

Работа по согласованию состава информации и подписанию протоколов информационного обмена велась таможенными органами достаточно интенсивно. Однако решение данной проблемы связано в основном со следующими моментами:

- уровень оснащения государственных контрольных органов далеко не одинаков и не всегда соответствует требованиям информационного обмена;
- отсутствует ясность о составе представляемых товаросопроводительных, предоставляемых на разных этапах таможенного контроля. прежде всего, это касается требований по предоставлению документов отражающих соблюдение запретов и ограничений, законодательные основания по представлению которых преимущественно имеют ссылочный характер на огромный массив законодательных актов, состоящий из Договора о Союзе, решений Комиссии ЕАЭС, законодательства стран-членов ЕАЭС. При этом, запреты и ограничения не разделяются на какие-либо подгруппы, позволяющие сформировать некий унифицированный подход к их предоставлению в процессе декларирования товаров. Нечеткость законодательства в данном вопросе существенно снижает эффективность предлагаемых к реализации таможенных технологий.

Недостаточно подготовлены к процессу внедрения новых технологий и многие участники внешнеэкономической деятельности. Использование таких процедур, как предварительное информирование, уведомление и декларирование транзита до пересечения границы, требует от участника внешнеэкономической деятельности довольно точных данных о характеристиках перемещаемой партии

товара. Вместе с тем, на сегодняшний день многие держатели контрактов не имеют такой информации на момент отгрузки партии товара в электронном виде. С внедрением новых таможенных технологий у участника ВЭД могут измениться и сами цепочки поставок продукции. Меняется конфигурация информационных потоков, сопровождающих движение товаров от отправителя к потребителю. В связи с этим требуется:

- перестройка внутрикорпоративных информационных систем участников товародвижения, в том числе в целях получения точных характеристик по отгружаемым партиям товаров;
- усовершенствования организация документооборота;
- меняются функциональные обязанности персонала и требуется повышение его квалификация.

В ряде случаев имеют значение и условия работы участников ВЭД. В частности имеет значение степень покрытия различных регионов средствами связи и коммуникаций. Даже в некоторых регионах центральной России.

Важным моментом является и организация международного информационного взаимодействия. Договор ЕАЭС вводит принципиально новое понятие «трансграничное пространство доверия»[1], означающее совокупность правовых, организационных и технических условий, согласованных государствами-членами с целью обеспечения доверия при межгосударственном обмене данными и электронными документами между уполномоченными органами. Информационные электронные системы российских таможенных органов изначально строились с учетом международного опыта, как с точки зрения формирования таможенной технологии электронной обработки данных деклараций, так и с точки зрения использования международных форматов обмена данными. В связи с этим, представляется, что интегрирование с информационными системами, как государств Таможенного союза ЕАЭС, так и Европейского союза не имеет непреодолимых технических барьеров. К первоочередным направлениям информационного взаимодействия в рамках ЕАЭС необходимо отнести:

- систему контроля за процедурой международного таможенного транзита;
- контроль за фактом вывоза товаров с таможенной территории
- систему статистики внешней и взаимной торговли
- получение информации о стране происхождения товаров и ряд других

Наиболее существенные изменения связаны с процедурой таможенного транзита. Расширение географии интеграционного объединения предъявляет особые требования к регламентации процедуры таможенного транзита. В новом таможенном законодательстве данная процедура регламентирована более детально. Помимо четкости применения таможенного законодательства появляются и некоторые перспективы для расширения и развития рынка услуг по перевозке и экспедированию перевозки товаров для компаний, зарегистрированных в странах ЕАЭС. Так правом помещения товара под процедуру таможенного транзита, при мультимодальных перевозках двумя и более видами транспорта обладают либо компания, имеющая статус таможенного перевозчика, либо экспедиторская компания, являющаяся лицом государства ЕАЭС, при этом не требуется заполнения новой декларации при смене вида транспорта, что позволяет расширить рынок предоставления услуг по мультимодальным перевозкам для данных компаний. Принципиально новым моментом является допущение в отдельных случаях использования иностранных транспортных средств для перевозок на таможенной территории стран-членов ЕЕАЭС, в том числе по внутренним водным путям для иностранных перевозчиков, стран –членов ЕАЭС.

Существенные изменения в технологии реализации таможенных операций требует совершенствования организации таможенного контроля и информационной системы таможенных органов. Практика разработки программных средств таможенного контроля долгие годы строилась по принципу внесения изменений и наращивания информационной системы. В результате, одной из ощутимых проблем являлась недостаточная интеграция отдельных внутренних сегментов таможенной информационной системы друг с другом. Безусловно, попытки оптимизации системы предпринимались и предпринимаются. Тем не менее, практика внесения достаточно частых изменений в таможенное законодательство, требует соответствующих корректировок и в алгоритмы контроля. Создание единого экономического пространства в рамках ЕАЭС потребовало:

- перераспределения функций по реализации таможенного контроля между национальными и наднациональными структурами;
- корректировки и унификации баз данных НСИ, в частности ставится вопрос о формировании единой системы учета участников ВЭД (уникальный идентификационный таможенный номер).

Использование информационных технологий оказывает влияние на конфигурацию бизнес-процессов реализации таможенных операций и организационно – структурные изменения в самих таможенных органах, а именно:

- меняется пространственная организация таможенной инфраструктуры.
- конфигурации информационных потоков информационной системы таможенных органов и требования к техническим параметрам сети связи и коммуникаций;
- меняются функции отдельных подразделений таможенных органов, причем как информационных подразделений, так и подразделений, осуществляющих таможенный контроль;
- требования к уровню квалификации персонала подразделений таможенных органов.

Учитывая кардинальные изменения, осуществляемые в технологии таможенного контроля и иерархии информационной системы вероятно следует ускорить процесс проектирования ЕАИС таможенных органов, как на национальном, так и наднациональном уровне, используя накопленный опыт автоматизации.

Необходимо также отметить, что внедрение новых технологий по разному может отразиться на результатах деятельности различных субъектов, связанных с процессом перемещения товаров через таможенную границу. Так например, ускорение процесса выпуска товаров может существенным образом сократить потребность в складах временного хранения. В тоже время развитие транзитных мультимодальных перевозок на территории ЕАЭС, напротив, может увеличить потребность в складировании товаров, находящихся под таможенным контролем в регионах, расположенных на линиях организации мультимодальных транспортных коридоров.

В связи с этим, представляется целесообразным организация проведения мониторинга влияния внедрения новых таможенных технологий на деятельность таможенных органов и других субъектов внешнеэкономической деятельности. Целесообразным представляется и проведение ряда исследований, например таких как:

- разработка методики оценки и анализ влияния новых таможенных технологий на динамику внешнеторгового оборота и на динамику спроса и различных видов услуг в сфере таможенного дела;
- оценка эффективности логистических решений при перевозках и цепях поставок внешнеторговых грузов с использованием новых таможенных технологий;
- оптимизация организационной структуры таможенных органов при реализации новых таможенных технологий;
- разработка проектных решений для создания информационной системы таможенных органов нового поколения и ряд других.

Список литературы

1. Договор о Евразийском экономическом союзе [Электронный ресурс]:<http://www.consultant.ru> (дата обращения 20.10.2016);
2. Договор о Таможенном кодексе Евразийского экономического союза (Проект)[Электронный ресурс]:<http://www.consultant.ru> (дата обращения 10.11.2016);
3. Приказ ФТС России от 21.03. 2013 № 324 «Об утверждении методик расчета определения значений показателей для оценки эффективности деятельности руководителя Федеральной таможенной службы по созданию благоприятных условий ведения предпринимательской деятельности»[Электронный ресурс]:<http://www.consultant.ru> (дата обращения 01.11.2016);

СЕКЦИЯ №11. МАРКЕТИНГ

ПРИМЕНЕНИЕ МОДЕЛИ 7P ДЛЯ РАЗРАБОТКИ КОМПЛЕКСА МАРКЕТИНГА СОЦИАЛЬНЫХ УСЛУГ

Кремер К.И.

Военный учебно-научный центр Военно-воздушных сил «Военно-воздушная академия имени профессора
Н.Е. Жуковского и Ю.А. Гагарина», г. Воронеж

В самом общем и приблизительном виде мы можем разграничить товары и услуги по признаку вещественности. Тогда можно сказать, что товар – это некий предмет, вещь или устройство, тогда как услуга – это процесс, действие, усилие. Как правило, услуги более дифференцированы, персонализированы, приближены к потребителю, нежели товары. Если у фирм-производителей есть товар, с помощью которого они пытаются удовлетворить потребности покупателя, то сервисные фирмы удовлетворяют их «здесь и сейчас», уже напрямую столкнувшись с ними.

Основной формой продукции организаций социальной сферы выступают социальные услуги, предоставляемые гражданам. Социальная услуга – это действия, направленные на повышение уровня жизни лиц, нуждающихся в получении социальной поддержки. Не углубляясь в перечень видов социальных услуг, отметим, что по назначению эти услуги делятся на следующие группы: социально-бытовые услуги, социально-медицинские услуги, социально-психологические услуги, социально-педагогические услуги, социально-трудовые услуги, социально-правовые услуги [6]. Иногда к социальным услугам относят также социально-экономические услуги, направленные на поддержание и улучшение материального благосостояния граждан.

В последние годы в социальной сфере наряду с бизнесом все больше применяются инструменты и методы маркетинга, которые позволяют некоммерческим организациям лучше изучить потребности граждан, предоставлять насыщенные для них услуги в удобной форме обслуживания, осуществлять продвижение социальных услуг на рынок и формировать благоприятный имидж.

При описании состава и выделении особенностей комплекса маркетинга социальных услуг в настоящей работе используется классическая схема комплекса маркетинга, называемая моделью 4P – по первым буквам английских слов, обозначающих элементы этой модели: product (продукт / товар), price (цена), place (место / распространение), promotion (продвижение).

Настройка продукта / услуги на потребителя является крайне сложным процессом, для которого недостаточно одного комплекса маркетинг-микс (4P) [8]. Совместно с моделью Бордена и Мак-Карти в мире используются следующие комплексы:

7P — более современная усовершенствованная концепция 4P, дополненная людьми (people) + процессами (process) + физическими характеристиками («доказательствами») (physicalevidence);

4C — модель 4P, эволюционировавшая в направлении ориентации на потребителя: нужды и запросы потребителя (customerneedsandwants) + затраты для потребителя (cost) + доступность для потребителя (convenience) + коммуникации (communication).

Концепция 4P в большей степени применима к товарам, нежели к неосязаемым услугам. Активная критика концепции 4P привела к расширению модели с адаптацией именно под услуги [2]. Модель 7P включила в себя еще три важных для неосязаемой услуги компонента. Данная маркетинговая модель довольно хорошо отражает особенности услуги и может послужить основой при разработке расширенного маркетинг-микса.

Комплекс маркетинга социальных услуг – это набор средств маркетинга, с помощью которых организация стремится удовлетворять потребности граждан и управлять спросом на предоставляемые социальные услуги.

Ассортимент услуг организации социальной сферы зависит от направлений (профиля) ее деятельности, типов потребителей социальных услуг, круга решаемых социальных проблем, размеров организации и объемов финансирования. Ассортимент услуг государственных организаций социальной сферы регламентируется федеральным и региональным законодательством. Виды социальных услуг определены в ст. 20 Федерального закона «Об основах социального обслуживания граждан в Российской Федерации» [1]. Благодаря независимому от государства положению и наличию альтернативных источников финансирования, общественные организации могут предоставлять более широкий круг социальных услуг. Стандартизация социальных услуг связана с соблюдением определенных стандартов.

Согласно Закону стандартом социальных услуг считаются основные требования к объему, периодичности и качеству предоставления социальной услуги ее получателю по видам социальных услуг

Установление цен в социальной сфере отличается от ценообразования в сфере бизнеса. Многие виды социальных услуг предоставляются потребителям бесплатно или на льготных условиях с частичной оплатой [9]. Источниками финансирования социальных услуг наряду с потребителями служат средства государственных и муниципальных бюджетов, благотворительные взносы и пожертвования, доходы от предпринимательской и иной деятельности организаций социальной сферы, а также другие не запрещенные законом источники финансирования.

Если организация предоставляет потребителям социальные услуги на платной основе и действует в условиях конкурентной среды, то она может применять определенную ценовую стратегию. На рынке социальных услуг используются те же ценовые стратегии, что и на товарном рынке.

Поскольку услуги неотделимы от источника производства, то предоставление социальных услуг совпадает с их потреблением. Важное значение при выработке условий предоставления социальных услуг имеет форма обслуживания. В свою очередь форма обслуживания предопределяет место предоставления услуг потребителям.

Продвижение социальных услуг на рынок главным образом заключается в информировании существующих и потенциальных потребителей о предлагаемых услугах и условиях их предоставления. Необходимо выбрать эффективные средства информации для целевой аудитории. Следует учитывать, что по тем или иным причинам многие граждане, нуждающиеся в социальной поддержке, имеют ограничения в доступе к определенным средствам информации. Так, люди пожилого возраста редко используют Интернет, лицам с глубоким нарушением зрения недоступна информация в изобразительной форме и т.п.

Люди (People) — предоставление услуг требует непосредственного контакта между персоналом организации и потребителями. Впечатление, полученное потребителем при всех видах контактов с персоналом, определит и степень удовлетворенности, и лояльность к организации [3].

Физические характеристики («доказательства») услуги (PhysicalEvidence) — этот элемент расширенного маркетинг-микса относится к «материализации» услуги. Физическое окружение и другие визуальные образы, воспринимаемые потребителем, оказывают сильное влияние на его впечатление о качестве услуги, которую он получает, и облегчают оценку ее уровня.

Процесс предоставления услуги (Process) — поскольку потребители вовлечены в процесс оказания услуги, сам процесс играет более важную роль в сфере услуг, чем в сфере материального производства. Человек, обращающийся за услугой, нуждается не только в непосредственном результате, но и во внимании и заботе, уважительном отношении, качестве используемых материалов и оборудования, а также в гарантиях.

Для формирования благоприятного имиджа и укрепления рыночных позиций создаются бренды организаций социальной сферы.

Интегрированные маркетинговые коммуникации дают возможность влиять на потребительское поведение в комплексе: от создания услуги до формирования позитивной оценки и пост-оценки по поводу получения услуги. Основа ценности интегрированных маркетинговых коммуникаций в том, что поведенческие характеристики потребителя находятся в постоянном управляемом изменении, являющемся непрерывным процессом.

Список литературы

1. Федеральный закон «Об основах социального обслуживания граждан в Российской Федерации» от 28.12.2013 № 442-ФЗ.
2. Волкова А.Г. Особенности продвижения услуг сельского туризма на современном рынке / А.Г.Волкова, Т.В.Сабетова // Перспективы развития национальных агропродовольственных систем в условиях ВТО: материалы Международной научно-практической конференции. – Воронеж, 2014. - С. 211-216.
3. Кретьева Н.Н. К вопросу о формировании и оценки систем лояльности покупателей / Н.Н.Кретьева // Экономинфо.- 2012. - № 17. -С. 23-25.
4. Пухов Е.В. Основы формирования оперативного учета и управления отходами на предприятиях технического сервиса / Е.В.Пухов // Мир транспорта и технологических машин. - 2012. - № 2. -С. 143-148.

5. Sabetova T.V. Corporate Culture As A Tool Of A Company's Competability Improvement Within Labour Market / T.V.Sabetova // Russian Journal of Agricultural and Socio-Economic Sciences. - 2016. - Т. 55. - № 7. - С. 47-53.
6. Сабетова Т.В. Факторы миграционной привлекательности стран и регионов / Т.В.Сабетова // Образование, наука и производство. -2014.- Т. 9.- № 4 (9).- С. 36-40.
7. Сабетова Т.В. Оценка эффективности закупок у единственного поставщика / Т.В.Сабетова, К.И.Кремер // Современные тенденции в экономике и управлении: новый взгляд.- 2016.- № 38.- С. 200-205.
8. Чардымский М.Г. Комплекс маркетинга модели 4P применительно к социальным услугам / М.Г.Чардымский // Экономика и управление в XXI веке: тенденции развития. -2016.- № 31.- С. 40-47.
9. Шевцова Н.М. Актуальные вопросы качества жизни населения в Центрально-Черноземном регионе / Н.М.Шевцова // Инфраструктурные отрасли экономики: проблемы и перспективы развития. -2014.- № 4.- С. 249-253.

МЕТОДЫ ПАРТИЗАНСКОГО МАРКЕТИНГА ДЛЯ ЮВЕЛИРНОЙ КОМПАНИИ

Пономарева Е. А., Пронина И.В., Шацкова А. Ю.

ФГАОУ ВО «Северо-Кавказский федеральный университет» г. Ставрополь

Актуальность темы заключается в том, что с каждым годом, стоимость рекламы увеличивается в несколько раз, что не гарантирует её эффективность. Конкуренция постоянно прогрессирует и находится на очень высоком уровне. Ювелирные компании, в буквальном смысле, борются за внимание каждого конечного потребителей. Каждый день человек слышит и видит множество рекламных сообщений и роликов, получает много нежелательной почты, спама и настойчивых звонков. Потребители настолько привыкли к этим традиционным тактикам, что предприятиям иногда приходится думать об альтернативных способах завоевания их внимания. В среде, которая перенасыщена логотипами, слоганами и брендами, использование партизанского маркетинга является весомым аргументом.

На сегодняшний день одним из наиболее оптимальных способов сокращения маркетингового бюджета ювелирной компании является использование тактики, которая основана на методах партизанского маркетинга и позволяет решать такие базовые задачи маркетинга, как формирование спроса и стимулирование сбыта [5].

Партизанский (малобюджетный, малозатратный) маркетинг представляет собой приемы коммуникаций, которые представляют собой поступательное установление контакта с целевой аудиторией посредством нестандартных по содержанию мероприятий для эффективного продвижения своего товара или услуги, привлечения новых клиентов и увеличения прибыли при минимальных финансовых ресурсах [2].

Партизанский маркетинг - это маркетинг, предназначенный для малых территорий (улицы, квартала, района) [4]. Партизанский маркетинг - это один из видов рекламной стратегии, который сосредоточен на недорогих нетрадиционных маркетинговых тактиках и который даёт максимальные результаты в отношении продвижения бренда или продукции на рынке. Партизанский маркетинг является прекрасной, очень эффективной альтернативой традиционному маркетингу. Он опирается на оригинальное мышление и творческие способности, где фантазия и изобретательность помогают добиться высоких результатов для фирмы.

Одним из ведущих преимуществ данного вида маркетинга в том, что его могут использовать все предприятия, которые занимаются реализацией товара или услуги. Иногда достаточно подручных средств (бумага, фломастеры, краска), чтобы заинтересовать своим продуктом нового клиента.

Использование ювелирной компанией методов партизанского маркетинга начинается с творческой идеи. Сюрпризы и инновационные методы коммуникации являются ключевыми компонентами для привлечения внимания потребителя. Один из принципов партизанского маркетинга заключается в использовании комбинации методов. Граффити, интерактивные дисплеи, флэш-монов, или различные PR трюки являются эффективными методами использования нетрадиционного маркетинга.

Главной задачей партизанского маркетинга ювелирной компании является выявление и разработка способов привлечения потенциальных потребителей и получение максимальной моментальной отдачи на

единицу вложенных минимально необходимых затрат. Сочетание знаний о целевой аудитории, уникального торгового предложения и верно подобранных способов контакта с потенциальными потребителями обеспечивают предприятию конкурентные преимущества информационного характера [4].

Таким образом, главная особенность партизанского маркетинга заключается в контакте с потенциальными клиентами в самых неожиданных местах при минимальных затратах. К методам партизанского маркетинга относят нестандартные PR и промоакции, такие как:

- флешмоб - заранее спланированная, массовая акция, в которой большая группа людей внезапно появляется в общественном месте и, в течение нескольких минут, выполняет определенные действия, затем одновременно расходится;

- перформанс - непродолжительное представление, исполненное одним или несколькими участниками перед публикой. Акции перформанса, как и флешмоба, должны быть заранее спланированы и протекать в соответствии с четко разработанной программой.

Благодаря развитию партизанского маркетинга происходит формирование направлений, которые в настоящее время используются уже как самостоятельные инструменты маркетинга. К наиболее распространенным инструментам относятся вирусный и скрытый маркетинг [3].

Идеи партизанского маркетинга должны быть креативными. Покупатель обратит внимание на что-то необычное, оригинальное, выделяющееся, и это вызовет желание узнать больше о товаре. Проанализировав потребности потенциального покупателя, компания проводит такую маркетинговую политику, что потенциальный клиент мотивирован на приобретение товара или услуги, удовлетворив при этом свои потребности.

Существует огромное количество уникальных и нестандартных видов партизанского маркетинга на современном рынке. В период развития социальных сетей распространять информацию о продукте стало проще, затрачивая деньги только на оплату интернета. Данного рода реклама пользуется хорошим спросом, т.к. огромная доля потенциальных потребителей находится в постоянном пользовании интернетом. Компании размещают информацию о себе и об определенных продуктах на сайтах бесплатных объявлений, и потенциальный клиент при поисковом запросе может с легкостью ознакомиться с предложенной продукцией [2].

В настоящий момент существует три основных вида партизанского маркетинга:

1. Вирусный маркетинг. Этот вид на сегодняшний день применяется для классификации рекламы в интернете. Сюда относятся все СПАМ-рассылки, реклама на форумах и комментариях на сайтах. Как правило, такие сообщения креативные, с долей юмора и как бы втягивают читателя в какую-то игру, одновременно с этим рекламируя определенный товар или услугу.

2. Ambientmedia. К этому виду как раз и относится вся нестандартная и нетрадиционная реклама. Как правило, размещается рекламное объявление в местах крупных скоплений людей, но места эти нестандартны, т.е. реклама там, в основном, не размещается.

Скрытая реклама. Этот способ заключается в том, что лицо, на которое направлен маркетинг, не понимает, что находится под воздействием профессиональной рекламы, потому она и скрытая. Как правило, при скрытом маркетинге предприниматель не рекламирует свой товар явно, а, к примеру, заставляет потребителя запомнить свой логотип или пускает слух в общественность, который косвенно рекламирует его бренд или фирму.

Различного рода продвижение: раздача листовок, буклетов на улице, пакетов с символикой на кассах, канцелярских товаров с логотипом организации вне сомнения являются эффективным маркетинговым ходом. Примером эффективной политики области малозатратного маркетинга может послужить одна компания, придумавшая оставлять визитки в книгах, которые потенциальные клиенты брали в библиотеке. Естественно, визитки лежали в книгах, которые были интересны определенному сегменту. Данная фирма занималась реализацией пластиковой посуды и оставляла свои визитки в кулинарных книгах. Объем продаж значительно увеличился после проведения данного мероприятия.

Партизанский маркетинг сегодня показывает, как использовать нетрадиционные методы, средства и оружие для достижения традиционных маркетинговых целей.

Помимо вирусного маркетинга существуют и другие виды партизанского маркетинга, которые начали существовать уже после выхода одноименной книги Левинсона. Одним из таких является эпатажный маркетинг - это скандальная, шокирующая реклама, она обязательно вызывает какие-либо чувства: восторг, негодование, ярость, грусть, печаль и т.д. Такая реклама потребует больше затрат, чем тратят обычные

партизаны, но она произведет стопроцентное впечатление, либо резко положительное, либо резко отрицательное, поэтому данный маркетинг имеет огромный риск.

Особую роль в партизанском маркетинге играет сотрудничество с теми компаниями, у которых такая же целевая аудитория как у вас, но они не являются вашими конкурентами. Одним из примеров такого подхода является выдача вместе с билетом на романтический фильм купона со скидкой на ужин для двоих. В таком случае всегда можно прийти к договоренностям ради совместного продвижения.

Партизанский маркетинг имеет следующие особенности:

1. Самым ценным в данном виде маркетинга является идея, творчество, воображение. Именно она должна занимать большую долю затрат.

2. Компания стремится заводить прочные отношения с клиентами и заинтересовать его для дальнейшего сотрудничества.

3. Партизанская реклама должна по большей части производить впечатление на подсознательном уровне. Реакция, о которой клиент заранее не задумывается.

Таким образом, верно составленная комбинация инструментов малобюджетного маркетинга позволяет выполнить основные стратегические задачи, стоящие перед маркетологом в «партизанских» условиях: минимизация расходов; скрытие своей деятельности от конкурентов; отбор максимально таргетированной аудитории; получение наилучшего соотношения полученной прибыли к затраченным ресурсам; отслеживание эффективности маркетинговых мероприятий в режиме реального времени и своевременное внесение необходимых изменений.

Список использованных источников

1. Левинсон Д.К. "Партизанский маркетинг. Простые способы получения больших прибылей при малых затратах". М.: Манн, Иванов, Фербер, 2012. - 2 с.
2. Левитас А. Больше денег от Вашего бизнеса. Партизанский маркетинг в действии. М.: Манн, Иванов, Фербер, 2012. - 320 с.
3. Серновиц Э. Сарафанный маркетинг. Как умные компании заставляют о себе говорить. — М.: Манн, Иванов и Фербер, 2012. — 210 с. 6. Халилов, Д. Маркетинг в социальных сетях. — М.: Манн, Иванов и Фербер, 2013. — 210 с.
4. Симахин Е. Малобюджетный маркетинг: 15 методов для малого бизнеса [Электронный ресурс] / Е. Симахин // Маркетинг и реклама. — 2014. - № 22.
5. Третьякова, Т.С. Разработка комплекса маркетинговых коммуникаций субъектов малого предпринимательства на основе малобюджетных технологий маркетинга / Т. С. Третьякова // Проблемы современной экономики. — 2011. - №1 (37).

ЭФФЕКТИВНОЕ РАСПРЕДЕЛЕНИЕ РЕСУРСОВ ПРИ ВЫХОДЕ КОМПАНИИ НА МЕЖДУНАРОДНЫЕ РЫНКИ

Пронина И.В., Шацкова А. Ю., Воронцова Г.В

ФГАОУ ВО «Северо-Кавказский федеральный университет», г. Ставрополь

В условиях процесса глобализации современной экономики все большее число компаний стремится осваивать внешние рынки, тем самым утверждая лидирующие позиции в своей отрасли. Выход бизнеса на международную арену позволяет привлечь новых клиентов, снизить риск убытков, повысить конкурентоспособность предприятия и увеличить его капитализацию.

Большинство компаний решают принять участие в международном бизнесе потому что хотят:

- поднять продажи за счёт рынков других стран;
- найти более дешёвое сырьё и/или комплектующие;
- получить лицензию на технологию;
- продать франшизу;
- найти финансирование, увеличить свой капитал;
- найти стратегических партнёров, партнёров по венчуре.

Выбор способа проникновения на международный рынок будет зависеть от обилия разнообразных факторов, к примеру: к какому типу организации бизнеса принадлежит компания, и (в какой-то степени) от динамики развития индустрии, в которой компания работает. К сожалению, слишком многие решают, что пора осваивать международный рынок по одной причине: после падения продаж или других неприятностей на рынке своей собственной страны [3].

Выход предприятия на иностранные рынки является важным стратегическим решением. На его принятие оказывает влияние ряд причин, среди которых:

желание увеличения прибыли и обеспечения роста бизнеса в условиях перенасыщенного аналогичными товарами отечественного рынка;

стремление к повышению конкурентоспособности за счет ключевой компетенции (ноу-хау, уникальные технологии, система взаимоотношений с клиентами и др.);

возможность минимизации риска убытков в условиях кризиса благодаря присутствию предприятия на иностранных рынках.

Как следствие, возрастает уровень капитализации бизнеса и его устойчивость по отношению к внешним факторам (действиям конкурентов, законодательным мерам и т.д.).

Выбор международного рынка предполагает изучение трех параметров:

- потенциала и условий этого рынка;

- интенсивности используемых приемов конкуренции;

- целей и возможностей предприятия.

Основными препятствиями на пути предприятия, планирующего выход на внешний рынок, являются таможенные барьеры, нетарифные ограничения, юридические препятствия.

Вторым параметром при выборе внешних рынков является изучение интенсивности и практических приемов конкурентов. Конкуренция должна изучаться в следующих направлениях:

- выявление эффективно действующих конкурентов;

- определение структуры конкуренции, т.е. числа конкурентов и распределения их долей рынка;

- установление критериев конкурентоспособности

Третий параметр, учитываемый при выборе внешних рынков, связан с определением целей и возможностей предприятия.

Комплексное исследование зарубежного рынка состоит в анализе факторов, определяющих конъюнктуру рынка: спроса и предложения по конкретному товару, конкурентоспособности, цен, товародвижения.

Принятию решения об организации бизнеса в другой стране предшествует анализ текущего положения и перспектив развития фирмы, который находит выражение в следующих вопросах:

- **Время?** Вопрос касается не только стремления опередить конкурентов или стать их последователем, но и реальных возможностей компании, наличия благоприятных условий для освоения новых экономических территорий.

- **Масштаб?** В зависимости от имеющихся ресурсов определяется масштаб выхода: агрессивная стратегия массового захвата или постепенное расширение присутствия на рынке.

- **Рынок?** Устанавливаются наиболее привлекательные для предприятия рыночные сегменты (в соответствии с затратами, рисками, перспективами расширения).

Таким образом, предприятие закладывает фундамент для определения желательной стратегии выхода и разработки конкретных маркетинговых мероприятий для достижения поставленных бизнес-целей [2].

На выбор способа расширения влияют размер инвестиций, степень управленческого контроля за процессом и обслуживание рынка. Выделяют три основных группы стратегий, позволяющих предприятию освоить новые сферы:

Экспортная деятельность – производство продукта на основном рынке и его поставки для продажи в другие страны:

прямой экспорт – с иностранными посредниками заключаются прямые контракты, компания-производитель берет на себя действия по поиску партнеров, подготовке документации, сертификации и др.;

косвенный экспорт – на внутреннем рынке заключается договор с посредником, который отвечает за продажу продукта на внешний рынок и обладает собственной сетью дилеров;

совместный экспорт – прямые поставки налаживаются за счет объединения усилий с другими предприятиями (при недостаточных масштабах производства или ограниченных ресурсах) [1].

Экспорт нередко играет роль «разведывательного» инструмента бизнеса, позволяя ему «прощупать» жизнеспособность товара на новом рынке и заинтересованность потребителя. Плюс экспорта – незначительные затраты и риски, минус – низкий уровень контроля за деятельностью посредников.

Посредничество – установление взаимодействия с фирмой-торговым партнером на внешнем рынке при разделении ответственности и контроля:

лицензирование – передача иностранной компании права на использование технологий, патента и др. Плюс лицензирования – низкий уровень затрат на организацию и контроль, возможность устанавливать собственные жесткие условия на ведение деятельности. Минус – трудности в осуществлении контроля, потеря уникальности;

франчайзинг – передача посреднику франшизы – права на ведение деятельности под своей торговой маркой. Отличие от лицензирования заключается в предъявлении более жестких требований к посреднику, его зависимости от головной организации, ограниченной области применения;

контрактное производство – налаживание производства на территории другой страны при сохранении за головным предприятием функций маркетинга, дистрибуции и др. Плюс способа – сохранение в своем ведении важнейших управленческих функций, незначительные затраты на налаживание производства, отсутствие проблем с адаптацией стоимости товара под конъюнктуру рынка. Минус – трудности при поиске компетентных партнеров и переносе высокотехнологичного производства, риск заимствования интеллектуальных ресурсов (технологий и др.);

совместное предприятие – создание несколькими предприятиями компаний с общими доходами, ответственностью и рисками. Плюс – овладение новыми технологиями и знаниями, обход входных барьеров на высококонкурентном рынке. Минус – высокие затраты, риск возникновения конфликтных ситуаций с партнерами.

Иерархическое построение бизнеса – создание на иностранном рынке собственной компании в качестве филиала или независимого предприятия:

создание бизнеса с нуля – расширение компании за счет строительства нового производственного объекта. Плюс – минимальные риски при сохранении максимального контроля. Минус – высокие финансовые и временные затраты;

приобретение – получение контроля над иностранной компанией за счет покупки контрольного пакета акций или слияния. Плюс – снижение конкуренции, получение определенной рыночной доли. Минус – зависимость от профессионализма специалистов и необходимость исчерпывающих знаний в сфере законодательных ограничений [4].

В качестве возможного критерия классификации стратегий выступают вид и уровень управленческого риска: риск утраты контроля над ноу-хау и основными функциями (производство, маркетинг и др.), а также конфликт интересов и стратегий между головной и транснациональными компаниями.

Риск управления	Стратегия
Низкий	Прямой экспорт
	Контрактное производство
	Бизнес с нуля
Средний	Косвенный экспорт
	Приобретение компании
Высокий	Совместное предприятие
	Лицензирование
	Франчайзинг

Независимо от выбранной стратегии, выходу компании на международный рынок предшествуют детальные исследования, разработка действенных маркетинговых концепций и поиск надежных партнеров. Эти шаги могут сыграть решающую роль в успешности вашего бизнеса в новой среде.

Список используемых источников

1. Михалева, Е. П. Маркетинг. Конспект лекций/ Е. П. Михалева. – М.: Юрайт-Издат, 2010.
2. Международный маркетинг / Под ред. Нагапетьянца Н.А. М.: ЮНИТИ, 2015.

3. Моргунов В.И. Международный маркетинг. - М.: Дашков и К, 2015.
4. Соловьев, Б.А. Маркетинг: учеб. / Б.А. Соловьев. – М.: ИНФРА-М, 2014

ЭФФЕКТИВНАЯ РЕАЛИЗАЦИЯ МАРКЕТИНГОВОЙ СТРАТЕГИИ ПО ВЫХОДУ НА ВНЕШНИЕ РЫНКИ ДЛЯ ЮВЕЛИРНОЙ КОМПАНИИ

Пономарева Е. А., Пронина И.В., Шацкова А. Ю.

ФГАОУВО «Северо-Кавказский федеральный университет», г. Ставрополь

Выход ювелирных предприятий на внешние рынки - течение, в котором смешиваются реактивные и проактивные мотивы. Сравнительно незначительное количество ювелирных предприятий вышло на внешние рынки, и еще наименьшее - добилось там крепкого успеха, ключевым образом, по причине предпринимательским качествам, образовательному уровню первых лиц предприятий, правильному восприятию ими внешнеэкономических рисков и убежденности в уникальности и качестве вырабатываемого продукта.

Поскольку в конкуренцию на мировых рынках сбыта активно включаются и отечественные предприятия-экспортеры, которые все чаще испытывают необходимость в изучении и использовании опыта крупных западных ювелирных компаний, продвигающих свою продукцию на мировые товарные рынки, активно используя приемы, методы, процедуры международного маркетинга, интерес российского бизнеса к концепции и новым задачам международного маркетинга заметно возрастает.

Маркетинговая стратегия по выходу на внешние рынки должна учитывать все основные особенности посткризисной мировой экономики, связанные с продолжающимися процессами глобализации; растущей интеллектуализации бизнеса; усиления конкуренции, приобретающей характер гиперконкуренции; смещением фокуса маркетинга с рынка на потребителя; появлением новых проблем, связанных с экономическим кризисом и новых посткризисных возможностей для развития международного бизнеса.

В современных условиях маркетинг в международном бизнесе предусматривает отношение фирмы-производителя к мировому рынку как к сфере производственно-сбытовой деятельности и источник плановой прибыли [1].

В международном бизнесе маркетинг может выступать как:

- маркетинг товаров и услуг, реализуемый за пределами определенных национальных границ или маркетинг, осуществляемый международной компанией [2];
- система, обеспечивающая стратегическое взаимодействие компании с мирохозяйственной сферой с целью решения ее собственных задач;
- вполне самостоятельная область деятельности фирмы, характеризующаяся трансформацией и усложнением задачи функций маркетинга.
- логика предпринимательского мышления, рассматривающая весь мировой рынок в качестве источника получения прибыли [3].

Происходящие в настоящее время количественные и качественные изменения в материальном производстве, дистрибуции товаров и процессах инноваций, обостряющие конкурентную борьбу между компаниями во всем мире, приводят к существенной модификации приемов и методов их маркетинговой деятельности, а также появлению новых приоритетов в стратегиях международного развития.

Это означает, что российским предприятиям необходимо активнее использовать международный маркетинг в качестве инструмента более выгодного позиционирования России на внешних рынках, а также для формирования нового поколения специалистов-международников, не только обладающих современными теоретическими знаниями о происходящих на мировых товарных рынках процессах, различных инновациях в тактических приемах и методах международной маркетинговой деятельности, но и способных овладеть практическими навыками эффективного продвижения продукции на внешние рынки. Отечественные маркетологи-международники должны научиться выстраивать маркетинговую деятельность российских предприятий на внешних рынках таким образом, чтобы сохранить или увеличить долю рынка за счет повышения качества товаров и услуг, расширения ассортимента; грамотного построения ценовой тактики и выбора каналов распределения; усиленного воздействия на сознание покупателей при помощи

различных средств рекламы и акций стимулирования спроса; использования выгодных форм международного сотрудничества.

Главной тенденцией в развитии международной маркетинговой деятельности современных ювелирных компаний можно назвать тенденцию к росту оперативности принятия стратегических и операционных маркетинговых решений, или ускорению реакции на изменения внешней среды.

Следует понимать, что в посткризисных условиях ювелирные компании функционируют в условиях внешней маркетинговой среды, которая характеризуется разнообразием, нестабильностью и растущей непредсказуемостью. Она неоднородна и дифференцирована по силе, периодичности и характеру влияния на компанию. Отсюда, речь должна идти как о скорости при принятии маркетинговых решений, так и об оперативности при их реализации.

Вторая тенденция - растущая экспансия на новые зарубежные рынки.

В условиях обостряющейся конкуренции ювелирные компании остро ощущают, что удерживать завоеванные позиции на насыщенных товарных рынках становится процессом все более сложным, затратным и менее эффективным.

Приходится постоянно искать новые пути. Одно из самых очевидных решений в этой ситуации - пионерное проникновение на новые рынки, ранее закрытые рынки.

Прежде всего, следует усвоить, что в условиях обострения посткризисной конкурентной борьбы на мировых товарных рынках, глобальные компании не могут игнорировать огромный потенциал международных рынков, составляющий около 75% мировой покупательной способности. Страны и их компании постоянно ищут новые рынки сбыта, так как национальные рынки всегда ограничены (численностью покупателей, их доходами, объемами выпуска продукции), а также интенсивно используют самые разные формы интернационального экономического сотрудничества.

Однако современная Россия участвует в международной торговле пока лишь в качестве экспортера сырья и материалов и откровенно слабо вовлечена в международную кооперацию производства, торговлю услугами, международную миграцию капитала в форме прямых инвестиций, а также в научно-технический и информационный обмен.

Третьей первоочередной задачей необходимо назвать задачу более качественного удовлетворения запросов иностранных потребителей.

Маркетологам-международникам хорошо известно, что те компании, которые основной целью своей деятельности провозглашают завоевание большей доли на зарубежном рынке, как правило, не отличаются высокими успехами. В то же время, успешные международные компании всегда нацелены на возможно более полное удовлетворение запросов покупателей, поскольку именно удовлетворенные клиенты составляют основу успешного бизнеса.

Так или иначе, все эти цели связаны со стремлением ювелирных компаний обеспечить себе конкурентные преимущества. Однако если раньше конкуренция между ведущими ювелирными компаниями была больше похожа на войну, теперь используются иные подходы.

Наконец, четвертой тенденцией международного маркетинга в посткризисный период необходимо назвать усиливающуюся дифференциацию международных компаний.

Цели маркетинга в международном бизнесе определяются целесообразностью выхода на рынок определенной страны, определением вида, количества и цены продвигаемого товара, особенностями маркетинговой программы выхода, желаемыми результатами, возможностями разработки адаптивной стратегии выхода на международный рынок [1].

Специфика маркетинга в международном бизнесе, сложившаяся вследствие особенностей функционирования внешних рынков и условий маркетинговой деятельности, позволяет выделить в международном маркетинге следующие черты, которые национальные компании обязаны учитывать:

- на внешних рынках необходимо прилагать более значительные и целенаправленные усилия [2];
- изучение не только непосредственно зарубежных рынков, их возможностей и требований, а также политические риски, связанные с выходом на рынок определенной страны, валютные курсы, таможенное регулирование, баланс международных расчетов и др.
- необходимо использовать различные маркетинговые процедуры с учетом колебаний и прогнозов развития зарубежных рынков, торговых обычаев, коммерческой практики, особенностей окружающей маркетинговой среды [4].
- необходимо следовать требованиям потенциальных иностранных покупателей, при этом существенное значение приобретает как разработка, так и коммерческое производство так называемых

«товаров рыночной новизны», которые таковыми останутся даже спустя несколько лет после выхода на зарубежный рынок.

Выбор маркетинговой стратегии является ключевым фактором эффективной деятельности компании в международном бизнесе [3]. Можно использовать как стратегию индивидуального маркетинга для каждой страны, так и стратегию общего маркетинга для всех, но тогда уникальным должно быть товарное предложение. Наиболее ярким примером успеха во втором случае является компания Apple, у которой дифференциация продукта осуществляется только по ценовому параметру (модель iPhone 5 s и ее более дешевый аналог iPhone 5c), а общая стратегия продаж строится на таких человеческих слабостях, как радость обладания продуктом, принадлежность к «избранным» [1].

Таким образом, маркетинговая стратегия по выходу на внешние рынки может, с одной стороны, укрепить конкурентоспособность ювелирных компаний, уменьшить риски и степень неопределенности, увеличить прибыль и расширить границы сбыта, а с другой стороны, ослабить позиции компании из-за неправильной маркетинговой стратегии.

Список использованных источников

1. Ламбен Ж-Ж. Менеджмент, ориентированный на рынок. СПб.: Питер, 2015.
2. Сейфуллаева М.Э. Международный менеджмент. М: Кнорус, 2011
3. Сейфуллаева М.Э. Международный маркетинг. /Учебник для вузов/. М: ЮНИТИ, 2014
4. Шеховцов Н.Н. Климовец О.В. Основные направления развития государственно-частного партнерства при реализации стратегических интересов государства в условиях глобализирующейся экономики // Креативная экономика. -2015. - Т. 9. №6. - С. 711-720.

СЕКЦИЯ №12.

PR И РЕКЛАМА

СЕКЦИЯ №13.

ОПЕРАЦИОННЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ

СЕКЦИЯ №14.

ПРОБЛЕМЫ МАКРОЭКОНОМИКИ

СЕКЦИЯ №15.

ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ

СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИХ ОТНОШЕНИЙ

СЕКЦИЯ №16.

СТРАТЕГИЧЕСКИЙ МЕНЕДЖМЕНТ

СТРАТЕГИЧЕСКОЕ УПРАВЛЕНИЕ ИННОВАЦИЯМИ НА ПРЕДПРИЯТИИ: ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И ФУНКЦИОНАЛЬНЫЕ АСПЕКТЫ

Коноваленко Ю. А.

Мордовский государственный университет имени Н.П. Огарева, г. Саранск

В статье рассматриваются особенности стратегического управления инновациями на предприятиях. Рассмотрены основные направления стратегического управления инновациями. Определены

цели стратегического управления инновациями. Рассмотрены факторы, влияющие на формирование стратегической цели управления инновациями.

Ключевые слова: стратегическое управление инновациями, стратегическая цель, стратегическое планирование.

Стратегическое управление инновациями определяет круг вопросов, касающихся планирования, организации и реализации инновационных проектов, определяющих вектор направления и дальнейшего развития предприятия. Инновационные стратегии являются основой для дальнейшего успешного развития компании. Инновационное развитие предприятия это результат профессионального менеджмента. Главная задача предприятия заключается не только в разработке инновационной стратегии, а в эффективной ее реализации. Тщательно продуманная инновационная стратегия и эффективная ее реализация предоставит больше шансов компании занять позиции лидера на рынках наукоемкой продукции.

Таким образом, детально проработанная стратегия позволит компании предвидеть глобальные изменения в экономической ситуации и определить пути выхода из кризисных ситуаций, обеспечит ее устойчивое развитие.

Ядром инновационной стратегии являются нововведения. Стратегия нововведений предполагает комбинирование инновационных направлений развития предприятия с капиталовложениями. Политика нововведений базируется на поиске технологических и инвестиционных возможностей предприятия. Таким образом, инновационная стратегия представляет взаимозависимый комплекс действий направленных на усиление позиций

компании на рынке по отношению к конкурентам. С разработкой инновационной стратегии связано формирование планов проведения маркетинговых исследований и инновационных разработок. Стратегическое планирование базируется на определенных целях, базисными из которых являются следующие:

1. **Эффективное распределение финансовых, трудовых, производственных ресурсов.** Определяется эффективный портфель финансовых, трудовых и производственных ресурсов предприятий.

2. **Адаптация к окружающей рыночной среде.** Проводится анализ маркетинговой среды предприятия, для определения внешних и внутренних факторов, влияющих на развитие компании.

Стратегическое планирование базируется на многочисленных маркетинговых исследованиях и основано на анализе информации о рыночной среде. Это обстоятельство позволяет проводить контроль рыночных факторов, влияющих на развитие предприятия. Разработка инновационной стратегии должна строиться на стратегической цели компании. Стратегическая цель компании должна учитывать основные факторы:

- профиль деятельности предприятия;
- кадровые ресурсы;
- финансовые ресурсы;
- производственные ресурсы;
- неконтролируемые и неконтролируемые факторы, внешней среды, влияющие на деятельность компании.

Аналитический характер стратегического управления базируется на оценке текущей ситуации и прогнозировании будущей, нацеливании на принятие взвешенных решений, формирование будущих рыночных тенденций. Мыслящий сегодняшним днем менеджер может использовать только существующие возможности, которые значительно ограничены как рамками рынка, так и сформировавшимися пристрастиями потребителей, поведением конкурентов.

Среди показателей (переменных), которые анализируются в рамках стратегического управления, главными являются: текущая рентабельность, оборот по производимым товарам. Отсюда стремление больше вкладывать и поддерживать продукты, успешные на сегодняшний день. Стратегическое управление интересуют переменные, описывающие новые рынки, товары, способные прийти на смену сегодняшним, принести будущие прибыли.

Необходимость изучения бизнес-среды, ее мониторинга связана с пониманием изменчивости рыночных процессов в стратегическом управлении инновациями, тогда как тактический воспринимает бизнес-среду стабильной. Если же происходят какие-либо изменения, предприятие вынуждено подстраиваться под них, значительно теряя в оперативной эффективности. Компании, использующие подходы стратегического управления, прогнозируют изменения и готовят альтернативные планы развития, стараясь предвосхитить и извлечь выгоду с будущих тенденций.

Среди задач стратегического управления инновациями выделяются решения по инструментам менеджмента, комплексность подхода достигается только при формировании общей концепции, подчиненной строго установленным целям при использовании стратегического подхода. Цели стратегического управления инновациями зависят в таком случае от предварительной оценки привлекательности рынка и конкурентоспособности предприятия.

Суть стратегического управления инновациями соответствует схеме, представленной на рисунке 1:

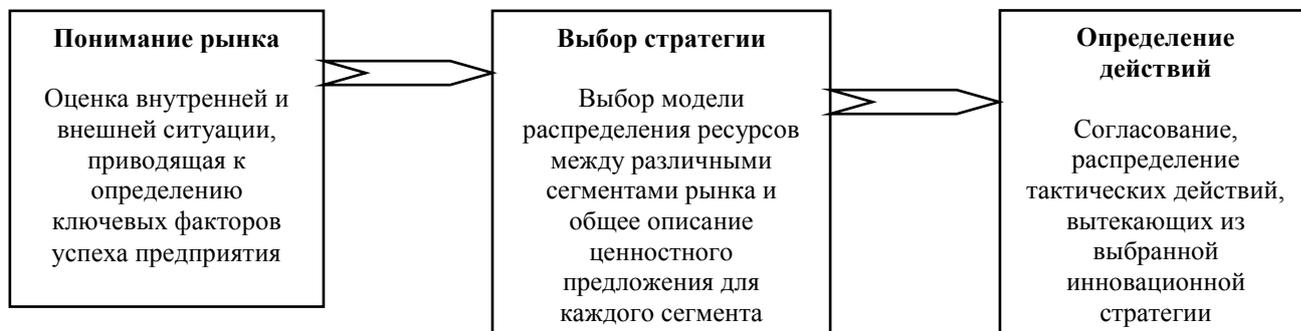


Рисунок 1- Суть стратегического управления инновациями

Из рисунка видно, что стратегическое управление инновациями заканчивается разработкой тактических мероприятий, являющихся логическим продолжением стратегического управления инновациями.

Стратегическое управление инновациями нацеливает компанию на привлекательные экономические возможности и направления, адаптированные к ресурсам и преимуществам, обеспечивающие потенциал для ее рентабельности и роста. Инновационная стратегия является частью корпоративной стратегии, основные задачи которой — расширение бизнеса, развитие технологического потенциала и рост производства, создание новых товаров и освоение новых рынков.

Таким образом, представленная систематизация теоретических и функциональных аспектов в стратегическом управлении инновациями на предприятии позволяет сделать вывод о необходимости проведения постоянных исследований в данной области. Кроме того, изучение этих аспектов создает необходимую основу для последующего решения практических задач разработки и реализации инновационной стратегии развития предприятий с учетом отраслевых и региональных особенностей их деятельности в нестабильной рыночной среде.

Список использованных источников

1. Акмаева Р.И. Инновационный менеджмент малого предприятия, работающего в научно-технической сфере. Изд-во: Феникс. 2012. 544 с.
2. Виханский О.С. Стратегическое управление / О.С. Виханский// - М.: Гардарики, 2012 – 372 с.
3. Бараненко С.П., Дудин М.Н., Лясников Н.В. Инновационный менеджмент. Изд-во: Центрполиграф. 2010. 288 с.
4. Медынский В. Инновационный менеджмент. Изд-во: Инфра-М. 2012. 304 с.

СЕКЦИЯ №17.

ТЕОРИЯ УПРАВЛЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКИМИ СИСТЕМАМИ

ТЕОРИЯ КОНТРАКТОВ И РАБОТЫ НОБЕЛЕВСКИХ ЛАУРЕАТОВ 2016 ГОДА ПО ЭКОНОМИКЕ

Шевцов В.В., Бардаков Н.С., Галкин Д.И.

Кубанский государственный аграрный университет имени И.Т. Трубилина, г. Краснодар

Социально-экономическая система в современном мире постоянно претерпевает изменения, которые ведут к росту специализации и разделению труда, усложнению хозяйственных отношений между экономическими агентами. Многие социально-экономические отношения субъектов осуществляется при посредстве разнообразных контрактов. Возникают правовые ограничения и нормы из-за того, что экономические субъекты заинтересованы в закреплении своих отношений в правовой форме. Увеличивается необходимость санкций за нарушение обязательств по контрактам. Осуществление обменов происходит в условиях интеграции и глобализации мирохозяйственных связей, что требует соответствующих знаний и соблюдения международных норм и правил. Контракт считается основополагающей формой человеческого взаимодействия, однако «обобщающей экономической теории контрактов нет» и «многие важные вопросы еще не получили общепринятого решения». В связи с этим необходима сегодня глубокая и обстоятельная теоретическая проработка проблем совершенствования контрактных отношений в целом.

Контракт (договор) – соглашение об обмене пучками прав собственности, которое является результатом свободного и осознанного выбора индивидов в рамках, заданных институтами. Основные принципы контрактных отношений [6]:

1. Принцип свободы договора.
2. Принцип взаимности обязательств.

Составляющие контракта [6]:

1. Предмет контракта – вид совместного действия и способы согласования его между сторонами.
2. Размер – объективный и субъективный. Контакт объективно мал, если сумма контракта не превышает размеров, установленных в законодательном порядке судебной инстанцией конкретной страны (в России нет этого параметра). Субъективный размер контракта устанавливается самим участником. Если сумма контракта составляет значительную долю его капитала, то для него такой контракт – субъективно большой.
3. Продолжительность и частота – от мгновенного (точечного) до контракта с неопределенным сроком. Например, купля-продажа в магазине батона хлеба и пожизненный найм профессора в университете.
4. Формальность – писанный и неписанный контракт.
5. Объем полномочий – степень свободы действий каждой стороны при выполнении контракта.
6. Обязательства сторон – в том числе размер возмещения, получаемого участниками.
7. «Причастность» – касается отдельных условий сделки (оговорки типа «с ведома собственника», «без ведома собственника», «по согласованию сторон»).
8. Правила и процедуры улаживания конфликтов – переговоры, арбитражный суд, международный суд.
9. Условия расторжения (прекращения действия) контракта.

Огромный вклад в изучение, развитие и понимание теории контрактов, с учетом современных реалий, внесли нобелевские лауреаты 2016 года по экономике Бенгт Холмстрем и Оливер Харт. Они сконца 70-х годов прошлого столетия, достаточно успешно работали над разработкой теории контрактов, стимулов экономического поведения и над вопросами корпоративного управления, мотивации персонала и формирования корпоративной культуры [1].

В 1979 году Бенгт Хольмстрем вывел и формализовал «принцип информативности», который подразумевает, что оплата труда агента должна зависеть от переменных (сигналов), которые обеспечивают информацию о его действиях, отделяя случайные факторы («шум»), не связанные с действиями агента. Он считал, что если ставить вознаграждение агента в зависимость от абсолютного параметра (например, объема выпуска, продажи или капитализация фирмы), то «плохой» агент может выигрывать просто от хорошего состояния экономики или рынка, а «хороший» – проигрывать от плохой ситуации в экономике.

Применительно к вознаграждению менеджера принцип Хольмстрема означает, что недостаточно привязать его зарплату к стоимости акций только его компании: котировки во многом зависят от факторов, находящихся за пределами контроля менеджмента. Более правильное решение, считал Хольмстрел, – учитывать динамику стоимости акций и других компаний, например, из той же отрасли. Цена акций относительно стоимости сопоставимых фирм – более информативная переменная.

Кроме того, ученый разработал теорию динамических стимулов. В отличие от классической теории контрактов, в ней предусмотрена ситуация, когда для работника нельзя создать стимулы, но он все равно работает много, чтобы создать хорошую репутацию, произвести впечатление на рынок и сменить работу при исчерпании возможностей на своем нынешнем месте. Но может быть и обратная ситуация: многие работники сознательно не раскрывают полностью свои способности и компетенции, чтобы не давать руководителям основания эксплуатировать эти компетенции все больше и больше [3].

Гарвардский профессор Оливер Хартглубоко исследовал роли структуры собственности и контрактных договоренностей в корпоративном управлении. Он отмечал, что в реальном мире невозможно заранее составить исчерпывающий, совершенный контракт. Поэтому в условиях, когда не все переменные или потенциальные состояния мира можно оговорить в контракте, нужно определить третью сторону, которой будет дано решать, что делать, когда стороны контракта не могут договориться.

Теоретические изыскания Харта и его коллег могут быть применены при анализе сложных финансовых контрактов и приватизации активов. Роль в этой ситуации играет тот, кто именно может принимать решения – обладает формальными правами, а также реальными возможностями (информацией, необходимой для принятия разумного решения)[2].

Контрактная теория остается относительно новым направлением экономической мысли. Ее важность заключается в том, что она сглаживает ряд недостатков и нереалистичных предположений обычной неоклассической теории, позволяет формализовать идеи старых институционалистов, которые не очень любили математические методы. В учебниках она часто абстрагируется от нефинансовых факторов, присущих экономическому взаимодействию в реальной жизни[7]. В реальности все далеко не так, т.к. на формирование цен влияют высокие транзакционные издержки, а также риски возможного получения продукции плохого качества. Контрактная теория, в отличие от неоклассической, учитывает и все параметры нефинансового характера, содержащиеся в устных или письменных сделках и которые способны влиять на решения сторон сделки. Контракты способны существенно ослабить конфликт интересов между участниками экономических сделок, в связи с этим они получают широкое распространение и более сложных формах взаимоотношений участников экономических сделок.

Современная теория контрактов базируется, во многом, на ключевых моделях финансового менеджмента [2]:

1. Модель асимметрии информации (сложности в формулировке контрактов часто связаны с разным распределением информации между участниками сделки; проблема, которую решает теория контрактов, заключается в том, чтобы выявить информацию и предложить агенту оптимальный контракт, который учитывал бы его тип и одновременно стимулировал бы агента к большей добросовестности).

2. Принципал-агент конфликт (в условиях неправильно составленных контрактов одни типы агентов могут выдавать себя за других, чрезмерно высокие ставки в кредитных соглашениях могут привлекать мошенников).

3. Модель информационных сигналов (предусматривает возможность агента до момента заключения контракта послать «сигнал» принципалу о себе, доказав ему свою принадлежность к «высшему» типу: порядочному заемщику, образованному работнику, добропорядочному страхователю, надежной авиакомпания и т.д.).

4. Модель морального риска (асимметрия информации проявляется уже после заключения сделки, агент выбирает стратегию действий, которые трудно контролировать принципалу).

5. Модель неполных контрактов (в неполных контрактах, в отличие от полных, которые в чистом виде существуют только в теории, невозможно полностью прописать действия сторон в будущем, поскольку невозможно все учесть и предусмотреть все варианты развития событий).

Выводы, предложения и рекомендации основателей контрактной теории уже сегодня применяются для решения широкого круга практических проблем, т.к. большинство экономических отношений имеет договорную природу. Контракты наполняют все сферы экономической жизни на глобальном, государственном и корпоративном уровнях. Но наибольшее значение контрактная теория приобретает в

сферах, критически зависимых от асимметрии информации, морального риска, трудностей поиска и оценки качества товаров или услуг[5, 8].

В заключении отметим, что благодаря последним разработкам ученых, работающих в области контрактов, особенно лауреатов нобелевской премии за 2016 год в области экономики Бенгта Холмстрема и Оливера Харта, созданы новые теоретические инструменты для глубокого понимания сущности контрактов, которые встречаются в современной жизни и обеспечения их успешной реализации в интересах конкретных участников контрактных отношений и всего общества.

Список использованных источников

1. Портал [Электронный ресурс] - Режим доступа: <https://ru.insider.pro>.
2. Портал [Электронный ресурс] - Режим доступа: <http://www.rbc.ru>.
3. Лисицына, Е.В. Финансовый менеджмент: Учебник / Е.В. Лисицына, Т.В. Ващенко, М.В. Забродина; Под ред. К.В. Екимова. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 184 с.
4. Портал [Электронный ресурс] - Режим доступа: <http://megabook.ru>.
5. Мамедов, А.О. Международный финансовый менеджмент в условиях глобального финансового рынка / А.О. Мамедов; Под ред. В.А. Слепов. - М.: Магистр, 2007. - 300 с.
6. Хиггинс, Р. Финансовый менеджмент: управление капиталом и инвестициями / Р. Хиггинс; Пер. с англ. А.Н. Свиридов. - М.: Вильямс, 2013. - 464 с.
7. Шевцов В.В., Волохатых А.А. Управление инновационными проектами и российская специфика. Актуальные вопросы экономики и современного менеджмента, / Сборник научных трудов по итогам международной научно-практической конференции. № 3 г. Самара, 2016, 285 с.
8. Шевцов В.В., Рытик А.А. Стратегии выхода российских предприятий на зарубежные рынки в современных условиях. Актуальные исследования гуманитарных, естественных и общественных наук: материалы VII Всероссийской с международным участием научно-практической конференции (Новосибирск, 27 июня 2016 г.).- Новосибирск: ООО «ЦСРНИ», 2016.- с.100 РИНЦ

СЕКЦИЯ №18.

ТЕОРИЯ СОВРЕМЕННОГО МЕНЕДЖМЕНТА

СОВРЕМЕННЫЕ МЕТОДЫ ИДЕНТИФИКАЦИИ И ОЦЕНКИ РИСКОВ В ИНВЕСТИЦИОННЫХ ПРОЕКТАХ

Клишин А.И.

Национальный исследовательский университет Высшая Школа Экономики, г. Пермь

В современных стандартах управления проектами и управления рисками процесс анализа рисков начинается с анализа среды проекта и идентификации рисков. Идентификация рисков это процесс определения рисков проекта, выявление их характеристик и документирование. Идентификацией рисков занимаются: проектная команда, эксперты, при необходимости, стейкхолдеры проекта.

Рассматриваемый процесс основывается на анализе внешней и внутренней среды проекта, информации о завершенных проектах и опыте и компетентности команды проекта и экспертов.

Основными методами идентификации рисков в проектах является:

1. Анализ документации. Данный метод заключается в анализе данных о внутренней и внешней среде реализуемого проекта, а также анализ информации о завершенных проектах. [Project management Institute..., 2004]
2. Мозговой штурм. Общеизвестный метод получения информации, который в сфере управления проектами, реализуется посредством проведения собраний с участием команды проекта, совместно с экспертами.
3. Идентификация основной причины. Метод заключается в определении возможных причин возникновения рисков и на основании этой информации выявление рисков.

4. SWOT анализ. В рамках данного метода выполняется анализ сильных и слабых сторон проекта, строится матрица. Результатом данного метода является выявление возможностей и угроз проекта. [Маюнова, 2010]
5. Методы с использованием диаграмм. Наиболее распространенным методом является диаграмма Исикавы. В центре диаграммы расположен риск, который компания нацелена избежать, далее в диаграмме расположены причины возникновения данного риска.
6. Экспертная оценка. Определение рисков проекта, основанное на мнении экспертов в сфере, в которой реализуется проект. [Project management Institute..., 2004]

Результатом процесса идентификации рисков является создание реестра рисков, в котором определены все основные риски проекта, для их дальнейшего анализа. [Маюнова, 2010]

Также, на данном этапе происходит первичная классификация рисков. Согласно современным стандартам и мнению научного сообщества идентификация рисков является перманентным процессом, так как возможно возникновение ранее неучтенных рисков. Однако частота выполнения идентификации, в каждом конкретном проекте, устанавливается индивидуально, в зависимости от типа и целей проекта. [Чернова, 2005, с. 160]

Следующим этапом после идентификации рисков является их оценка. Согласно международным стандартам используется два последовательных типа анализа рисков: качественный и количественный. Качественная оценка рисков это процесс назначения приоритетов, основанный на вероятности и степени влияния рисков. Результаты полученные, с помощью качественного анализа дают лучшее представление о рисках проекта, а также используются для проведения количественного анализа.

Качественный анализ рисков является описательным методом, так как описывает риски, их корреляцию и приоритеты. В соответствии с этим, в международной практике используются следующие методы качественной оценки рисков [Guide A. Project Management..., 2001]:

1. Оценка вероятности и воздействия рисков. Оценивается возможность реализации и последствий для каждого риска, выявленного на этапе идентификации рисков.
2. Матрица вероятности и воздействия. Более продвинутый вариант «оценки вероятности и воздействия», так как позволяет ранжировать риски, на базе двух факторов: уровень влияния на проект, вероятность реализации.
3. Категоризация рисков. Определяется область проекта, которая больше всего подвержена влиянию рисков. Так, риски можно категоризировать по разным областям: по источнику риска, по фазе проекта и т.п. Данный метод позволяет определить проблемные области проекта и впоследствии разработать эффективные меры по борьбе с рисками.
4. Оценка срочности. На основании матрицы вероятности и воздействия, а также признаков приближения и т.п. риски приоритизируются по срочности.
5. Экспертная оценка. Для оценки вероятности реализации риска и определения последствий рисков события используются мнения экспертов.

Представленные методы качественной оценки рисков могут использоваться в паре или применяться отдельно. Однако применение нескольких методов качественной оценки улучшит результат и качество проведенного анализа. Несомненным преимуществом качественной оценки рисков является возможность ее проведения в относительно сжатые сроки, и в тоже время данный процесс значительно расширяет имеющуюся информацию о рисках проекта. [Косарев, 2013]

Последним этапом оценки рисков является количественный анализ. Количественная оценка необходима для определения степени влияния рисков события на проект и вероятности наступления, для дальнейшего ранжирования рисков по степени важности (угрозы).

Основными методами количественной оценки проектных рисков являются: интервью, анализ чувствительности, анализ сценариев, моделирование.

Наибольшее распространение при расчетах и исследованиях рисков в инвестиционных проектах получили анализ чувствительности, анализ сценариев и имитационное моделирование по методу Монте-Карло. [Williams, 2003, с. 3]

Наиболее простым в исполнении и достаточно информативным методом анализа рисков является анализ чувствительности. Данный метод базируется на измерении влияния той или иной переменной на показатель эффективности. Суть метода, заключается в изменении исключительно одной переменной на определенное значение, и выявлении насколько при этом изменился показатель эффективности. [Иванов, 2008]

Анализ сценариев это модификация анализа чувствительности. Главное преимущество данного метода в его наглядности. При реализации данного метода, определяются пессимистический, оптимистический и наиболее вероятный вариант развития событий для инвестиционного проекта. Подобный способ оценки рисков позволяет судить о жизнеспособности проекта, а также позволяет скорректировать определенные стороны реализации проекта.

Наибольший интерес представляет метод моделирование рисков Монте-Карло, который активно применяется в научных работах на сегодняшний день. Реализация данного метода возможна только посредством компьютера. Метод Монте-Карло можно назвать симбиозом метода чувствительности и метода сценариев, так как в ходе его реализации формируются сценарии и рассчитываются взаимосвязи между переменными. Однако данный способ анализа рисков является более совершенным, так как при его реализации строится математическая модель проекта с неопределенными значениями показателей, и рассчитывается корреляция. Подобная методика позволяет определить границы изменения результирующего показателя (показателя эффективности) при разных сценариях развития проекта.

Рассмотренные методы не являются полным списком используемых методов, так как попытки создания универсального и наиболее точного инструмента количественного анализа рисков предпринимаются постоянно. Тем не менее, данные методы получили наибольшее распространение и рекомендуются к применению в стандартах оценки рисков и управления проектами.

Информация, полученная в результате использования количественных методов анализа проектных рисков, используется для принятия инвестиционных решений, ранжирования инвестиционных проектов и определения необходимости и размеров страхования. [Kwak, 2007]

Список литературы

1. Иванов А. А., Олейников С. Я., Бочаров С. А. Риск-менеджмент. Учебно-методический комплекс //М.: Изд. центр ЕАОИ. – 2008. – Т. 193.
2. Косарев А. С. Управление рисками инвестиционных проектов в сфере капитального строительства //Управление финансовыми рисками. – 2013. – Т. 3. – С. 184-202.
3. Маюнова Н. В. Основы управления проектами //М.: Электронный курс ИМЦ МИЭМП. – 2010
4. Чернова Г. В., Кудрявцев А. А. 4-45 Управление рисками: учеб. пособие.-М.: ТК Велби, Изд-во Проспект, 2005.-160 с. ISBN 5-98032-908-0. – 2005.
5. Guide A. Project Management Body of Knowledge (PMBOK® GUIDE) //Project Management Institute. – 2001.
6. Kwak Y. H., Ingall L. Exploring Monte Carlo simulation applications for project management //Risk Management. – 2007. – Т. 9. – №. 1. – С. 44-57.
7. Project management Institute. A guide to the project management body of knowledge. Pennsylvania: Project Management Institute; 2004.
8. Williams T. The contribution of mathematical modelling to the practice of project management //IMA Journal of Management Mathematics. – 2003. – Т. 14. – №. 1. – С. 3-30.

УПРАВЛЕНИЕ ПРОЕКТАМИ В СОЦИАЛЬНОЙ СФЕРЕ

Новикова Н. А

Магистрант Академии маркетинга и социально-информационных технологий –
ИМСИТ г. Краснодар, Россия

Научный руководитель: **Базык Е.Ф.**, к.э.н., доцент, Академия маркетинга и социально-информационных технологий – ИМСИТ, г. Краснодар, Россия

PROJECT MANAGEMENT IN SOCIAL SPHERE

Аннотация. В данной статье обзорно рассмотрены особенности социального проектирования, а также дана характеристика понятию «социальная технология».

Ключевые слова: проектное управление, социальные технологии, методологии управления.

Annotation. This article describes the features of surveillance of social engineering, as well as the characteristic of the concept of «social technology».

Keywords: project management, social technologies, project management methodology.

Вопрос качества управления в наши дни имеет определяющее значение в вопросах, касающихся функционирования социальной сферы.

Одной из наиболее активно развивающихся сфер проектного управления в социальных процессах являются социальные технологии. Они, в свою очередь, выступают в форме способов деятельности комплексной и качественно структурированной, которые заточены для многократного воспроизведения в определенных ситуациях для достижения заранее спрогнозированного результата деятельности.

На этом этапе немаловажно разобраться с тем, что именно понимается под понятием «социальная технология». Характеристик у определения достаточно много, но все же можно выделить ряд общих моментов. Общеизвестно, что термин «технология» изначально в переводе с греческого означает «мастерство», если чуть более углубиться – технология является описанием способа создания чего-либо, в более позднем значении – сводом документированных правил по производству чего-либо. Следовательно, технология может быть представлена общностью всех возможных изменений состояния объекта.

Из определения следует, что технология является процессом, осуществление которого происходит посредством декомпозиции деятельности по этапам, тем не менее, разделенным в соответствии со спецификой области осуществления деятельности.

Социальные технологии (базируясь на выведенных выше определениях) есть ничто иное, как средство, позволяющее оптимизировать и в какой-то степени обеспечить развитие общества. Направленность социальных технологий – в первую очередь, решение практических задач, возникающих в социальной сфере, а так же решение задачи оптимизации социальных процессов.

Правомерно разделять социальные технологии по новизне. Необходимость в разработке и применении новых технологий возникает в том случае, если возникшая проблемная ситуация выявлена, а так же очевидна необходимость в качественно новых действиях. А поскольку социальные технологии есть элемент человеческой культуры, возникают они эволюционно, для решения качественно новой возникшей задачи, либо искусственно – появляясь извне.

Специфической особенностью социальной технологии является ее масштабируемость и мультиплицируемость, поскольку применяется для решения сходных задач.

Социальные технологии должны быть однозначны для выполнения, результат – должен быть надежен, внедрение их должно происходить максимально безопасно и гибко, непременно адекватно реагируя на внесение коррективов и адекватно реагируя на внешние факторы. Недостаточно качественно спроектировать социальную технологию, без практического ее применения в реальных условиях на реальном проекте этап проектирования нельзя считать завершенным. Характерная особенность проектирования – не только изучение существующих решений, но так же и разработка новых.

Проектированием в социальной сфере, соответственно, есть разработка социальных явлений и процессов, направленное на изменение окружающей среды. Поэтому проектирование социальной среды – это процесс, в результате которого получают качественно новые социальные инновации.

В роли субъекта социального проектирования выступают носители управленческой деятельности, руководители и участники инициативных групп. Объект социального проектирования – социальные системы и технологии. Результат социального проектирования – создание нового социального проекта.

Важнейшая сторона социального проектирования заключается в целенаправленности деятельности, а так же проведении и оптимизации изменений. Потому проектное управление, можно сказать, что является управлением изменениями. И в то же время, если проект был успешно завершен, он теряет свою уникальность в момент своего завершения, то есть при достижении запланированного результата.

Очевидный для эмпирического понимания, но зачастую сложный в реализации аспект проектного управления в социальной сфере, заключается в необходимости нахождения компромисса между традиционным управлением (такими, как государственные социозащитные учреждения) и проектным управлением. Традиционная система управления должна дополнять современные системы проектного управления, позволять решать поставленные задачи более эффективным образом. Посредством методов традиционного управления принято решать текущие задачи, причем делать это последовательно.

Так же с проектном управлении важно решать задачи, связанные с разрешением конфликтов, которые, как правило, возникают между реальными условиями реализации проекта и тем, как им образом

данная реализация была запланирована. Проектное управление – более гибко, чем традиционное, ориентированное в первую очередь на стабильность и следование плану, невзирая на внешние факторы.

Таким образом, социальное проектирование является видом деятельности, включающей в себя теоретический и практический аспект по введению социальных инноваций.

Список литературы

1. Анненко В.И. Государственная служба: организация управленческой деятельности: учеб. пособ. – М.: Кнорус, 2014.
2. Глазунова Н.И. Система государственного и муниципального управления: учебник. – М.: Проспект, 2015.
3. Рой О.М. Система государственного и муниципального управления. – СПб.: Питер, 2012.
4. Харченко Е.В. Система государственного и муниципального управления: учеб. пособие. – М.: Кнорус, 2016.

АГЕНТСКИЕ КОНФЛИКТЫ И КОНЦЕПЦИЯ АГЕНТСКИХ ОТНОШЕНИЙ

Шевцов В. В., Шаповалова Г. И.

Кубанский государственный аграрный университет имени И.Т. Трубилина, г. Краснодар

Агентскими отношениями считается контракт, в рамках которого один или более субъектов привлекают другого субъекта для выполнения действий от их имени, что предполагает делегирование исполнителю некоторых прав принятия решений [4]. Агентские отношения носят смешанный характер, так как в данном случае осуществляется трансфер полномочий, денежных средств и имущества другому лицу, действующему в интересах всех задействованных лиц, создавая положительный результат, в котором будут заинтересованы обе стороны.

Суть данных отношений раскрывает концепция агентских отношений, которая является одной из фундаментальных в финансовом менеджменте [1]. Её суть заключается в том, что по отношению к любой фирме всегда можно выделить группы лиц, которые заинтересованы в ее деятельности, однако, интересы которых далеко не всегда совпадают.

Данная концепция непосредственно основывается на финансовой стороне деятельности фирмы, так как её система управления изначально зависима от потенциальных противоречий. Существование конфликта интересов между заинтересованными в функционировании фирмы лицами – влечет за собой агентские издержки, которые являются объективным фактором. Следовательно, они должны учитываться при принятии решений финансового характера.

На начальных стадиях развития экономики, когда фирмы были незначительными по размеру, практически все зависело от собственников фирмы. Но со временем, и это характерно и для современного этапа развития российского бизнеса, происходит передача функций по управлению бизнесом от собственников к наемным профессиональным управленцам, то есть менеджерам. Менеджеры, которые, по сути, управляют фирмой, объективно далеко не всегда руководствуются исключительно интересами собственников. Данный процесс не может не сопровождаться определенными противоречиями между основными действующими лицами – собственниками и топ-менеджерами. Еще в 30-х гг. XX в. исследования ученых стали концентрироваться на систематизации и объяснении причин и способов нивелирования подобных противоречий. Для нивелирования противоречий между менеджерами и владельцами, ограничения возможности нежелательных действий менеджеров, владельцы, согласно рассматриваемой концепции, вынуждены нести агентские издержки.

Основная масса агентских конфликтов возникает в том случае, если менеджеру фирмы принадлежит менее 75 процентов ее акций, имеющих право голоса. В ситуации, когда фирма является практически собственностью одного человека, владелец будет действовать в целях максимизации собственного благосостояния. Владелец-менеджер будет стремиться максимизировать свое личное богатство, однако помимо этого он будет учитывать и такие факторы, как количество свободного личного времени, объем привилегий и прочие элементы комфорта. В случае, когда владелец-менеджер готов

уступить часть своей собственности сторонним инвесторам, появляется риск конфликта интересов, который и называется агентским конфликтом.

Для того, чтобы действия наемных менеджеров соответствовали интересам акционеров, целесообразно использовать в целях их мотивации различные стимулы. Для минимизации агентских конфликтов акционеры вынуждены идти на дополнительные агентские затраты, к числу которых относятся все затраты, которые ими производятся с целью побуждения менеджеров действовать в направлении максимизации благосостояния акционеров.

Отсутствие каких-либо инициатив в отношении наемных менеджеров со стороны акционеров, неизбежно ведет к потере части богатства владельцев бизнеса, однако при этом агентские затраты будут минимальными. В ситуации, когда прилагаются усилия для максимального соответствия действий менеджеров интересам акционеров, агентские затраты становятся достаточно высокими. Из этого следует, что наиболее рациональной будет корпоративная стратегия, в рамках которой величина агентских затрат будет оптимальной для фирмы. Такой величиной условно считается ситуация, когда каждая денежная единица, затрачиваемая на агентские затраты, приносит более одной денежной единицы прибыли.

В современной экономике агентские конфликты занимают одно из центральных мест в деятельности большинства крупных корпораций, так как их менеджеры зачастую владеют небольшим количеством акций. Данный факт отодвигает для них на задний план задачу максимизации богатства акционеров, делая первостепенной целью увеличение размеров фирмы, так как это позволит менеджерам, во-первых, закрепить за собой свои места, поскольку скупка контрольного пакета акций становится маловероятной; во-вторых, увеличить собственную прибыль путем закрепления статуса и роста властных полномочий; в-третьих, создать дополнительные возможности для лояльных подчиненных.

В рамках объективно существующих конфликтов «акционер-менеджер», встречаются две наиболее ярких точки зрения. Согласно первой, в случае соответствия вознаграждения менеджеров текущему курсу акций компании, агентские затраты были бы незначительными, так как в данном случае сами менеджеры были бы заинтересованы в максимизации доходов акционеров. Однако, в данном подходе наиболее остро встает другой вопрос: наем высококвалифицированных и компетентных управленцев, согласных работать при условии, что уровень их зарплаты будет зависеть и от внешних факторов, таких как экономическая конъюнктура. В рамках второго подхода говорится о тотальном контроле всех действий топ-менеджеров, однако данный подход существенно увеличивает уровень агентских издержек.

Данная проблема была изучена лауреатом нобелевской премии Бенгтом Хольстрёмом. В его первой статье, опубликованной в 1979 году, поднималась проблема «морального риска», то есть ситуации, в которой человек не отвечает за последствия собственных решений. Также им был сформулирован принцип информативности, согласно которому в контракт с менеджером необходимо включать все источники информации, позволяющие дать оценку его вклада в корпоративный результат[2].

Внедрение системы стимулирования, на основе показателей деятельности фирмы, подразумевает увязку денежного вознаграждения менеджера с результатами деятельности компании. С 60-70 гг. прошлого столетия данные системы предусматривают фондовые опционы, то есть менеджеры могут приобретать акции фирмы по фиксированной цене, что является значимым стимулом для менеджеров обеспечивать повышения курса акции их компании.

В настоящее время все большую популярность набирает система наградных акций, суть которых заключается в премировании ответственных работников акциями компании. Так или иначе, но любая система вознаграждений наемных менеджеров должна благоприятствовать достижению акционерами своих целей:

- во-первых, побуждать руководителей фирмы действовать в направлении максимизации доходов акционеров;
- во-вторых, способствовать привлечению и удержанию на рабочих местах менеджеров, которые уверены в том, что их финансовые перспективы зависят от собственных способностей и энтузиазма.

Риск увольнения, как еще один механизм управления менеджерами с недавних пор стал также достаточно актуальным. Раньше вероятность смещения руководителей крупных фирм была незначительной и не представляла для них серьезной угрозы, так как распыление управленческих функций организационно значительно затрудняло принятие единогласного решения относительно разжалования менеджеров высшего звена.

Согласно мнению экспертов в сфере управления корпорациями, зачастую члены советов директоров компании находятся под влиянием менеджеров, поэтому одна из ключевых задач институциональных

инвесторов – добиться обеспечения фактической, не номинальной независимости членов советов директоров от менеджмента компании.

Также необходимо отметить, что основная масса действий акционеров и менеджеров компании, направленных на максимизацию стоимости фирмы, благоприятно сказывается на цене ее акций. Однако бывают случаи, когда общая стоимость компании падает, а цена акций растет. Данная ситуация имеет место в том случае, если величина заемного капитала уменьшается, но теряемая под воздействием данного фактора стоимость переходит акционерам фирмы. Если предпочтение менеджеров будет отдано держателям акций, а не облигаций, появится реальная угроза конфликта, обусловленная стремлением менеджеров увеличить состояние акционеров, ущемляя тем самым кредиторов. В следствии подобного поведения, компания может не только столкнуться с высокими процентными ставками в будущем, но и вовсе лишиться доступа к рынку заемного капитала, что в итоге нанесет гораздо больший ущерб как финансовой стабильности, так и деловой репутации. Именно поэтому менеджмент компании должен учитывать и интересы кредиторов, которые требуют соответствующих гарантий.

Конфликт между «долгосрочными» и «краткосрочными» инвесторами также весьма актуальная сторона рассматриваемого вопроса. Обычно на первичный агентский конфликт накладывается противоречие интересов между собственниками, ориентированными на долгосрочную перспективу развития компании и инвесторами, которые стремятся как можно скорей получить отдачу от вложенных ими средств[5]. В данной ситуации менеджер находится под давлением двух групп владельцев капитала с противоречащими друг другу интересами. Зачастую менеджер вынужден действовать, основываясь на краткосрочных решениях, которые будут приводить к временным позитивным изменениям, игнорируя при этом необходимость увеличения внутренней цены компании, которая, во-многом зависима от предстоящих долгосрочных денежных потоков.

Из вышесказанного можно сделать вывод о том, что наличие конфликта интересов в компаниях, особенно акционерного типа, объективная реальность. Для максимального соответствия действий менеджмента компаний интересам акционеров, акционеры должны учитывать данное обстоятельство и сознательно идти на дополнительные агентские затраты в интересах менеджмента[6, 7]. Менеджеры, правильно понимая «заботу» о них акционеров, будут стремиться максимизировать благосостояние акционеров, в том числе и путем честной игры не только с кредиторами, но и с прочими контрагентами, т.е. будут максимально учитывать интересы и возможности всех сторон, вовлеченных в данные корпоративные отношения.

Список литературы

1. Балабанов И.Т. Основы финансового менеджмента: учебное пособие / И.Т. Балабанов. – М.: Финансы и статистика, 2015. – 359 с.
2. Договор дороже денег: Чему учат нобелевские работы по экономике. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://secretmag.ru/>
3. Крейнина М.Н. Финансовый менеджмент : учебное пособие / М.Н. Крейнина. 2-е изд., перераб. и доп. М. : Дело и сервис, 2014. – 400 с.
4. Литвинцева Г.П. Институциональная экономическая теория. Учебник. — Новосибирск: Изд-во НГТУ, 2013. — 336 с. — ISBN 5-7782-0435-3.
5. Шевцов В.В. Инвестиции населения-индикатор качества экономической среды в регионе. Вестник ИМСИТ. 2013. № 3-4. С. 10-13.
6. Шевцов В.В. Современная финансовая политика России: вопросы теории и практики. Монография; [под ред. Толстолесовой]. Новосибирск: Изд. "СибАК", 2013. 120 с. РИНЦ
7. Шевцов В.В. Инвестиционный потенциал сельскохозяйственных предприятий Кубани. "Экономика и современный менеджмент: теория и практика": материалы XXVIII международной научно-практической конференции. (14 августа 2013 г.) –Новосибирск: Изд. "СибАК", 2013. -216 с. ISBN 978-5-4379-0324-7. (РИНЦ).

СЕКЦИЯ №19.

УПРАВЛЕНИЕ И РАЗВИТИЕ ПЕРСОНАЛА

РАЗВИТИЕ КАДРОВОГО ПОТЕНЦИАЛА МУНИЦИПАЛЬНЫХ ОРГАНОВ НА ОСНОВЕ ПЛАНИРОВАНИЯ И ПРОГНОЗИРОВАНИЯ

Кулькова Е. А.

ФГБОУ ВО «Гжельский государственный университет»
п. Электроизолятор Раменского района Московской области

Профессиональное развитие органов муниципального управления представляет собой реализацию государственной кадровой политики. Эффективное управление персоналом — важнейшее условие, определяющее успешную деятельность органов управления. При этом главными задачами являются не только повышение профессионального уровня муниципальных служащих, но и планирование их служебно-профессионального и должностного роста, предполагающего необходимую переподготовку и повышение квалификации.

Функции планирования и прогнозирования в кадровой политике различаются тем, что планирование в узком смысле есть процесс принятия и практического осуществления плановых, управляющих решений, а прогнозирование призвано формировать и подготавливать научные предпосылки принятия плановых решений. Планы развития кадров содержат следующие разделы: определение потребности в квалифицированных специалистах; планирование подготовки квалифицированных специалистов; планирование распределения и перераспределения специалистов; планирование повышения эффективности использования кадров.

Разработке планов предшествуют составление сводного баланса кадровых ресурсов и выполнение балансовых расчетов. Решение названной двуединой задачи обеспечивается разработкой комплексного прогноза формирования и развития квалифицированных кадров, осуществление которого можно условно разделить на следующие основные этапы.

1. Исходным пунктом прогноза является анализ основных закономерностей и тенденций, характеризующих процесс формирования и развития кадров, выявление основных проблем их распределения и использования. Особое значение при этом имеют достоверная оценка естественного и механического движения населения и анализ всех форм подготовки кадров. Кроме того, необходимо проанализировать сложившийся уровень обеспеченности квалифицированными кадрами, уровень организации труда, заработной платы и методов стимулирования в них.

2. С учетом результатов анализа разрабатывается система прогнозов: естественного и механического движения населения; уровня образования населения; развития системы образования; увеличения заработной платы и других выплат; потребности муниципального образования и региона в кадрах; занятости населения по сферам и отраслям; повышения производительности труда.

3. Выбор наиболее обоснованной концепции формирования и подготовки кадров и увязка ее с прогнозом их распределения и использования в регионе и муниципальном образовании. Полученные на втором этапе результаты прогнозов увязываются с прогнозными показателями развития системы образования и подготовки кадров, с выявленной потребностью региона и муниципального образования в специалистах соответствующего уровня образования.

4. На четвертом этапе рассчитывают систему показателей, включающую в себя показатели воспроизводства населения, производства кадров, распределения кадров, использования кадров. На этом этапе особое значение имеет использование балансового метода, который предполагает разработку следующих прогнозных балансов: сводного трудовых ресурсов; движения трудовых ресурсов; привлечения молодежи на работу и продолжение образования; потребности в подготовке квалифицированных кадров; наличия квалифицированных кадров и рабочих мест (по категориям служащих).

5. На пятом этапе корректируют систему прогнозируемых показателей на основе уточненных перспективных показателей повышения производительности труда и объема работы для всех категорий служащих. Уточненные перспективные показатели повышения производительности труда и прогнозные значения абсолютных показателей позволяют уточнить перспективную потребность в служащих различных категорий с учетом уровня их квалификации.

Государственные региональные органы управления используют методические разработки (инструментарий) для обоснования долгосрочной кадровой политики муниципальных образований. Определение потребности в квалифицированных специалистах на плановый период является центральной и в методологическом отношении наиболее сложной проблемой кадровой политики.

Методика определения потребности в квалифицированных кадрах обеспечивает расчет требуемой численности специалистов (по группам специальностей) с учетом потребностей муниципальной службы. Для определения потребности в квалифицированных кадрах используются в основном следующие методы: нормативный (нормативов насыщенности, штатный штатно-номенклатурный, штатно-нормативный), балансовый, экономико-математического моделирования, экспертных оценок, сравнения.

В соответствии с нормами Федерального закона № 25-ФЗ, в число квалификационных требований к должностям муниципальной службы входят следующие требования:

- к уровню профессионального образования;
- стажу муниципальной службы;
- стажу (опыту) работы по специальности, направлению подготовки;
- к уровню и характеру профессиональных знаний и навыков, необходимых для исполнения должностных обязанностей.

Методический инструментарий разработан в развитие положений указанных статей Федерального закона № 25-ФЗ и содержит рекомендации по разработке в муниципальном органе системы квалификационных требований к должностям муниципальной службы, включающей следующие уровни квалификационных требований:

- базовые квалификационные требования;
- функциональные квалификационные требования;
- специальные квалификационные требования.

Можно выделить следующие наиболее проблемные вопросы функционирования современной муниципальной службы России:

- наличие противоречий и пробелов в законодательстве Российской Федерации о муниципальной службе,
- недостаточная эффективность кадровой работы в сфере муниципальной службы,
- низкая востребованность эффективных методов стимулирования деятельности и профессионального роста муниципальных служащих
- недостаток нормативного регулирования муниципальной службы, не учитывающей реальное положение дел в муниципальных образованиях, особенно связанных с низкой финансовой обеспеченностью деятельности органов местного самоуправления.

Ввиду наличия явных пробелов и противоречий в регулировании и управлении развития муниципальной службы, большое значение для совершенствования института муниципальной службы имеет решение задачи повышения кадрового потенциала органов муниципального управления.

Список литературы

1. Федеральный закон от 02.07.2007 № 25-ФЗ "О муниципальной службе в Российской Федерации" (с изм. от 15.02.2016 № 21-ФЗ).
2. Закон Московской области от 24 июля 2007 года №137/2007-ОЗ «О муниципальной службе в Московской области».
3. Распоряжение Управления государственной и муниципальной службы МО от 08.04.2010 n 49-р "Об утверждении Методических рекомендаций по формированию и организации работы с кадровым резервом для замещения вакантных должностей муниципальной службы в органах местного самоуправления муниципальных образований Московской области"
4. Зотов В. Б. Система муниципального управления: Учебник для вузов — М.: Олма-Пресс, 2011.

РАЗВИТИЕ ЧЕЛОВЕЧЕСКИХ РЕСУРСОВ КАК ОСНОВА РАЗВИТИЯ ОРГАНИЗАЦИОННОГО ПОТЕНЦИАЛА (НА ПРИМЕРЕ ПАО «СБЕРБАНК»)

Шабаева Л.Р.

Аннотация. В статье рассматривается роль человеческих ресурсов для развития фирмы. Проводится исследование политики управления персоналом в ПАО «Сбербанк». Выявляются основные тенденции в повышении конкурентоспособности персонала. Делается вывод о реализации мероприятий по развитию человеческого потенциала.

Ключевые слова: человеческие ресурсы, персонал, человеческий потенциал организация, ПАО «Сбербанк»

HUMAN RESOURCES AS A BASIS FOR INSTITUTIONAL CAPACITY DEVELOPMENT (ON THE EXAMPLE OF PJSC "SBERBANK")

Abstract. The importance of role of a human resources for the development of the firm discusses in the article. The author conducts of research of human resource management policy of JSC "Sberbank and identifies the main trends in the competitive of the staff. Also the author makes the conclusion about the implementation of measures on human development.

Keywords: human resources, personnel, and human resources organization PJSC "Sberbank"

Любая организация для осуществления своей деятельности нуждается в большом количестве ресурсов: материальных, финансовых, информационных и др. Наиболее важным ресурсом является персонал предприятия. От опыта, квалификации, лояльности сотрудников во многом зависит эффективность осуществления фирмой ее основной деятельности. В связи с этим вопросы управления и развития человеческих ресурсов принимают первостепенное значение.

В рамках данной работы был рассмотрен опыт развития человеческого потенциала на примере ПАО «Сбербанк

Сбербанк является одним из ключевых элементов финансового сектора России и одним из ведущих глобальных финансовых институтов. Его основная деятельность происходит в высококонкурентной среде, поэтому обеспечение высокой профессиональной подготовки сотрудников, приобретение ими новых знаний входит в число приоритетных задач его кадровой политики. В процессе реализации мероприятий по повышению конкурентоспособности своих сотрудников на рынке труда. В деятельности ПАО «Сбербанк» отмечен ряд тенденций:

- *развитие внутренних ресурсов для обучения* (результативные специалисты наделяются определенными полномочиями по обучению сотрудников-коллег);

- *создание новых форматов обучения* (практические семинары «Диалог с экспертом», в рамках которых эксперты функциональных блоков делятся своей экспертизой и умениями по разным темам);

- *повышение финансовой грамотности персонала* (проект «Мастерская аналитика», в рамках которого сотрудники учатся анализировать и структурировать большие массивы информации и развивать системное мышление);

- *обеспечение преемственности* (программа «Технология менеджмента», направленная на формирование необходимых знаний и навыков у сотрудников, выполняющих роль преемника/заместителя руководителя в своей текущей деятельности).

В целом, развитие и управление человеческими ресурсами происходит в соответствии с годовым циклом управления (рисунок 1):

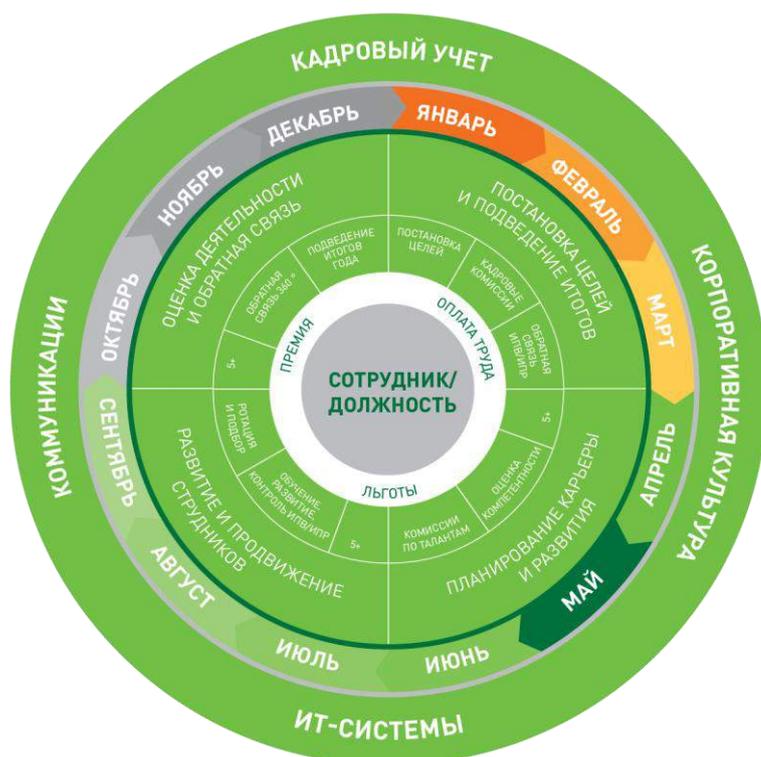


Рисунок 1 – Годовой цикл управления персоналом в Сбербанке [4]

На рисунке представлен единый годовой цикл постановки целей, оценки результативности и потенциала сотрудников, планирования карьеры и продвижения (HR-цикл). В начале года на основе Стратегии развития формируются цели высшего руководства на кварталы и на год, затем они каскадируются вниз по уровням управления и в территориальные банки.

Развитие человеческого потенциала также подразумевает заботу о физическом здоровье как отдельного сотрудника, так и всего персонала в целом. Данный аспект является также обязательным при рассмотрении вопросов охраны труда. Сбербанк уделяет внимание вопросам охраны труда на рабочем месте. Ключевыми мероприятиями в данной области являются аттестация рабочих мест, вводные инструктажи для новых сотрудников, обучение сотрудников и руководителей основам охраны труда, актуализация внутренних системных документов. Также регулярно проводятся выездные проверки состояния охраны труда в территориальных банках и организовываются тематические семинары для сотрудников подразделений. Благодаря данным мероприятиям в отчетном периоде удалось понизить коэффициент тяжести и показатель частоты травматизма (рисунок 2).

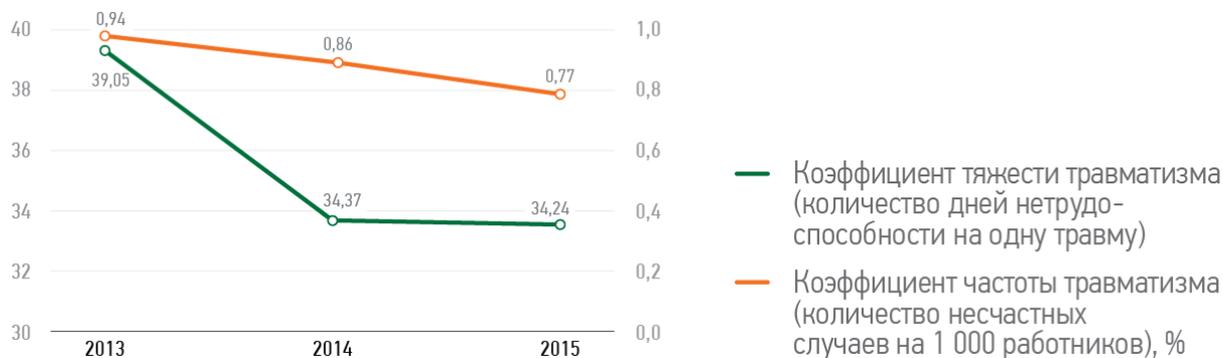


Рисунок 2 – Коэффициент тяжести и частоты травматизма в Сбербанке за 2013-2015 гг. [4]

В целом деятельность Сбербанка отличается низким уровнем производственного травматизма. Однако в отчетном периоде было зарегистрировано три смертельных случая при исполнении работниками

служебных обязанностей — двое сотрудников Сбербанка погибли в дорожно-транспортном происшествии, а один инкассатор — в результате противоправных действий третьих лиц. В ПАО «Сбербанк» были осуществлены все требуемые российским законодательством процедуры по расследованию и регистрации несчастных случаев, а также проведены внеплановые инструктажи, в ходе которых сотрудникам были объяснены обстоятельства и причины несчастных случаев.

Важным аспектом является выстраивание линий взаимодействия между сотрудниками и руководящим составом. В Сбербанке действует открытая система внутрикорпоративных коммуникаций, в рамках которой руководство стремится учитывать мнение каждого сотрудника. В качестве ключевого канала взаимодействия между представителями высшего руководства и сотрудниками используется прямая линия с Председателем Правления Германом Грефом. В 2015 году для отбора тем на прямую линию был создан [отдельный сайт \(https://dialog.sberbank21.ru/m\)](https://dialog.sberbank21.ru/m) (рисунок 3).



Рисунок 3 – Прямая линия с Германом Грефом

Прямая линия Президента, Председателя Правления банка Германа Грефа с сотрудниками, состоявшаяся в декабре 2015 года, была удостоена серебряной премии IC Brilliance Awards в номинации Best Employee Engagement как мероприятие, способствующее развитию корпоративной культуры и эффективному вовлечению сотрудников [4].

Таким образом, мероприятия по развитию человеческих ресурсов организации являются важной составляющей при формировании эффективной системы внутри- и межорганизационных коммуникаций, а также для повышения результативности деятельности предприятия в целом. Сбербанк является наглядным примером заинтересованности руководящего состава в формировании конкурентоспособного трудового коллектива. С этой целью реализуется комплекс мероприятий, который определяется Стратегией развития и в целом способствует повышению заинтересованности и лояльности сотрудников.

Список литературы

1. Динамика основных показателей группы Сбербанк по МСФО за пять лет / ПАО «Сбербанк». - [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://2015.report-sberbank.ru/ru/finance/dynamics/>

2. Левчаев П.А. Особенности функционирования информационной экономики / Дайджест-финансы // Экономика и экономические науки. №9. – 2009. - [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-funktsionirovaniya-informatsionnoy-ekonomiki>
3. Папаева И., Терентьева Н.О. Организационная культура предприятия на примере гостевого дома / Студенческий научный форум. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.scienceforum.ru/2014/740/6308>
4. Сбербанк / Годовой отчет 2015. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://2015.report-sberbank.ru/ru/>
5. Степанов Р.В. Анализ эффективности банковской системы России / Современная наука: актуальные проблемы теории и практики // Экономика и право. №5. – 2015. - [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.nauteh-journal.ru/index.php/ru/---ep15-05/1474-a>
6. Шаповаленко В.Г. Корпоративная социальная ответственность как конкурентное преимущество бизнеса. - [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://docviewer.yandex.ru/?url=http%3A%2F%2FCyberLeninka.ru%2Farticle%2Fn%2Fkorporativnaya-sotsialnaya-otvetstvennost-kak-konkurentnoe-preimuschestvo-biznesa.pdf&name=korporativnaya-sotsialnaya-otvetstvennost-kak-konkurentnoe-preimuschestvo-biznesa.pdf&lang=ru&c=585ac3696c31>

СЕКЦИЯ №20.

ФИНАНСЫ И НАЛОГОВАЯ ПОЛИТИКА

ПРОБЛЕМЫ ОПТИМИЗАЦИИ НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ В РФ

Косарева А.Н.

Национальный исследовательский университет Высшая школа экономики, г. Пермь

Неотъемлемой частью экономики любого государства являются налоги. И именно налоги для многих предприятий, а также физических лиц становятся камнем преткновения, ведь налог – это принудительный платеж, неуплата которого преследуется по закону. Принудительность таких платежей вызывает естественное желание снизить, а в лучшем случае и вовсе не платить сумму налоговых сборов. Разумеется, некоторые граждане и предприятия выбирают для себя незаконные схемы ухода от уплаты налогов, однако есть ряд законных и вполне реальных схем. О них и пойдет речь в данной работе. Стоит, тем не менее, начать с определения. Налог – это платеж, связанный с переходом права собственности от частного субъекта к публичному. [1]

Налогообложение – это совокупность денежных отношений, одним из участников которых непременно является государство или муниципальное образование, посредством которых осуществляются формирование и использование общегосударственных фондов денежных средств для выполнения государством принятых на себя конституционных функций по решению экономических, социальных, политических и иных задач [3]. Одним из главных принципов налогообложения является справедливость.

Идея справедливости призвана носить всеобщий характер и определять структуру налогового законодательства. Данный принцип говорит о равномерном распределении налогов между гражданами в соответствии с их доходами. Налогоплательщики должны принимать участие в финансировании определенной деятельности государства, а государство, в свою очередь, должно взимать налоги в соответствии с возможностями гражданина. Другим принципом является принцип определенности, в основу которого заложено условие, о том, что сумма, время уплаты, а также способ осуществления платежа должны быть известны налогоплательщику заранее. Также следует сказать о принципе удобства, то есть налог должен взиматься так, как удобно налогоплательщику. И последний принцип – принцип экономии гласит, что система налогообложения должна быть рационализирована. [7]

Как уже было сказано выше, налоги – это принудительные сборы, а значит, многие лица, как физические, так и юридические будут стараться уменьшить их суммы. Разумеется, существует множество незаконных способов уменьшения суммы налогов, такие как, например, занижение уровня доходов, размера прибыли т.д. Однако законом предусмотрены легальные способы, какими можно снизить размеры налоговых отчислений. Налогообложение – это уменьшение размеров налоговых обязательств посредством

целенаправленных правомерных действий налогоплательщика, включающих в себя полное использование всех представленных законодательством налоговых льгот и других законных приемов и способов. [2]

Исходя из определения, можно понять, чем отличается оптимизация налогообложения от уклонения от уплаты налогов. Оптимизация не несет в себе состава преступления, а значит, не влечет неблагоприятных для налогоплательщика.

Рассмотрим методы налоговой оптимизации (налоговой минимизации). Как уже было упомянуто выше, можно снизить размер уплачиваемых налогов путем разработки приказа об учетной налоговой политике. Это один из наиболее распространенных способов налоговой минимизации. Грамотная разработка учетной политики позволит предприятию выбрать наиболее оптимальный вариант учета, которой являлся бы наиболее эффективным с точки зрения налогообложения. В данном случае следует обратить внимание на ряд положений. С 1 января 2002 года в соответствии с гл. 5 НК РФ большинство предприятий должно применять метод признания доходов и расходов в целях налогообложения по начислению. Что касается НДС, то наиболее оптимальным вариантом является использование метода признания выручки в целях налогообложения по оплате. Эти пункты следует прописать в учетной налоговой политике предприятия. Также важным моментом при определении учетной политики является выбор способа начисления амортизации. Компании следует решить, какой способ амортизации наиболее пригоден для имеющихся у нее активов – линейный или нелинейный. В зависимости от срока полезного использования и типа актива следует выбрать наиболее подходящий. [5]

Самый известный и знакомый многим способ оптимизации налогообложения – использование налоговых льгот и освобождений, предусмотренных законом. Здесь все зависит от знания налогового законодательства, ведь на предприятии просто могут не знать, о том, что им полагаются льготы. Выделяют четыре типа налоговых льгот: по объекту (изъятия, скидки), по ставкам (понижение ставки), по срокам уплаты (налоговый кредит, более поздние сроки уплаты), а также льготы, которые предоставляются отдельным субъектам [4]. Налоговые льготы предоставляются в различных формах. Это как освобождение от уплаты налога, так и изъятие определенных частей объекта налога из налогооблагаемой базы, установление необлагаемого минимума, вычет определенных сумм, понижение налоговых ставок, вычет из налогового оклада, отсрочка или рассрочка уплаты налога, а также возврат ранее уплаченного налога.

Среди специальных методов также присутствует метод, позволяющий рассчитаться по налоговым обязательствам позже. Он, соответственно, называется метод отсрочки налогового платежа. Данный метод позволяет перенести момент возникновения объекта налогообложения (от которого и зависит срок уплаты налога) на последующий налоговый период. Существует несколько способов отсрочить срок уплаты налогов, например, перечисление денежных средств в последний день отчетного периода. Продавец, получая от покупателя, перечислившего деньги в последний день, платеж в следующем отчетном периоде (так как период поступления денег на счет составляет от одного до трех дней) получает возможность отсрочить уплату НДС на один месяц. Есть также много других способов отсрочить уплату налогов, знание которых позволит оптимизировать налогообложение.

Одним из самых радикальных методов оптимизации налогообложения является метод прямого сокращения объекта налогообложения. В данном методе преследуется цель избавления от ряда налогооблагаемых операций или налогооблагаемого имущества, не оказывая при этом негативного влияния на хозяйственную деятельность предпринимателя. Сократить объект налогообложения можно путем его разукрупнения (например, покупая какой-либо объект частями, ведь имущество, стоимостью до 10 тысяч включается в состав материальных расходов в полной сумме по мере ввода его в эксплуатацию), путем проведения инвентаризации (особенно для крупных предприятий), а также путем продления нормативного срока строительства, так как в этом случае капитальные затраты не подлежат включению в налоговую базу (желательно производить это через корректировку договора).

Последним методом в классе специальных является метод оффшоров [6]. Данный метод очень популярен среди бизнесменов уже довольно долгое время. Он позволяет значительно экономить на налогах (или даже не платить определенные виды налогов) не противореча с законодательством. Его суть заключается в переносе объекта налогообложения под юрисдикцию более мягкого режима налогообложения в специальные оффшорные зоны (Кипр, Панама, ОАЭ и т.д.). Законодательство этих и многих других территорий снижает налоговые ставки нерезидентам на определенных условиях (например, при ведении бизнеса только на других территориях). Для того, чтобы выбрать наиболее подходящую оффшорную зону, необходимо ознакомиться с законодательными требованиями, минимальным уставным капиталом, а также самими налоговыми ставками.

Одной из наиболее серьезных проблем в вопросе оптимизации налогообложения, как для физических, так и для юридических лиц, является незнание законодательства. Кроме того, законодательство для многих звучит непонятно, а некоторые противоречивые вещи только усугубляют положение. Это приводит к тому, что многие не утруждают себя изучением своих прав и обязанностей. Все эти факторы создают проблемы при оптимизации налогообложения. Необходима большая информированность граждан, ведь подобные статьи в законе созданы для того, чтобы ими пользовались, ведь налогообложение должно соответствовать принципам справедливости, определенности, удобства и экономии.

Список литературы

1. Миляков Н.В. Налоговое право: Учебник. — М.: ИНФРА-М, 2008. — 383 с.
2. Управление ФНС по Краснодарскому краю Автор: Начальник отдела контрольной работы Д.В. Мокроусо - Основные направления оптимизации налогообложения 2008
3. Брызгалин А.В. Практическая налоговая энциклопедия. Том I. Налоговая оптимизация – М.: Гарант, 2006 – 162 с.
4. Джаарбеков С.М. МЕТОДЫ И СХЕМЫ ОПТИМИЗАЦИИ НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ. - Книги Издательского Дома "МЦФЭР", 2002
5. Крохина Ю. А. Налоговое право в России – М.: Норма, 2004 – 720 с.
6. Еналеева И.Д. Сальникова Л.В. Налоговое право России. Учебник. 2006 -314с.
7. Демин А.В. Налоговое право России. Учебное пособие – М.: Юрлитинформ, 2006

СЕКЦИЯ №21.

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ РЕГИОНАЛЬНОГО РАЗВИТИЯ

НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ И СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ АГРОПРОМЫШЛЕННОГО КОМПЛЕКСА КЫРГЫЗСТАНА

Гулаков С.Е., Сомов Е.Н.

Кыргызско-Российский Славянский университет, Кыргызстан, г. Бишкек

Цель исследования – Рассмотрены вопросы состояния материально-технической оснащенности АПК в Кыргызской Республике, приведены последствия недостаточной обеспеченности, морального и физического износа сельскохозяйственной техники на дальнейшие результаты деятельности АПК. *Методология* – системный подход с использованием абстрактно-логического, аналитического, экономико-статистического, графического, сравнительного, экономико-математических методов, выборочных исследований, а также обобщения теоретического и фактического материала. *Оригинальность/ценность* – состоит в разработке путей и средств формирования экономических основ совершенствования материально-технической базы АПК. *Выводы* – практические рекомендации могут быть использованы государственными органами для выработки стратегических направлений по развитию и модернизации материально-технической базы АПК, дальнейшей интенсификации и повышению эффективности АПК в целом.

Разработка чрезвычайно разнообразных проблем перехода к рыночным отношениям в АПК и повышения эффективности агропромышленного производства в Кыргызской Республике немислима без детального анализа его состояния, определения недостатков и изыскания резервов и возможностей его развития. Анализ фактического состояния АПК показывает, насколько серьезным является положение в агропромышленном производстве. Поиски ускоренного выхода из кризиса, углубление и расширение экономических реформ, разработка мероприятий по основным направлениям развития АПК республики диктуются весьма настоятельной необходимостью. На основе анализа современного состояния АПК можно спрогнозировать тенденции будущего развития АПК и повышения его материально-технического уровня. Всякий процесс имеет свои тенденции. В настоящее время не используется более 145 тыс. га пахотных земель, что составляет более 10 % пахотных площадей республики, причем процесс деградации и выхода из оборота пахотных земель идет по нарастающей. Все сферы АПК взаимосвязаны, поэтому повышение

эффективности функционирования АПК и повышение его материально-технического уровня может быть достигнуто исключительно за счет повышения эффективности работы всех его отраслей. Проанализируем в отдельности каждую из сфер деятельности АПК и выделим основные цели и задачи дальнейшего развития и материально-технической модернизации АПК.

1. Производство средств производства для сельского хозяйства (I сфера АПК)

1. Обеспечение субъектов хозяйствования АПК за счет более широкого применения лизинга сельскохозяйственной техники с привлечением к этой работе международных лизинговых компаний и фирм, особенно из стран СНГ.

2. Организация собственного производства сельскохозяйственной техники, мини-техники, сельскохозяйственного оборудования, изготовление и восстановление запасных частей, узлов и агрегатов к машинно-тракторному парку с привлечением машиностроительных предприятий республики.

3. Создание региональных агротехнических центров по обслуживанию и ремонту сельскохозяйственной техники, подготовке и обучению специалистов.

4. Организация торгово-выставочных павильонов мини-сельхозтехники, машин и оборудования, а также запасных частей и комплектующих изделий к ним заводов-изготовителей России, Беларуси и других стран, в которых фермеры могли бы приобретать необходимую им технику и оборудование.

Все эти цели и задачи требуют постепенного и поэтапного решения. На наш взгляд, наиболее *приоритетным направлением* на ближайшее будущее является организация и развитие производства отдельных видов сельскохозяйственной техники на отечественных предприятиях машиностроения и расширение лизинга сельскохозяйственной техники.

2. Сельское хозяйство (II сфера АПК)

Выделены следующие приоритетные направления дальнейшего совершенствования материально-технического потенциала и развития сельского хозяйства:

1. Повышение уровня материально-технического обеспечения и оснащения сельского хозяйства; создание региональных агротехсервисов по обслуживанию и ремонту техники и оборудованию, создание единых агроветеринарных и инженерно-технических служб с различными подразделениями на местах, осуществляющих материально-техническое обеспечение, транспортные, монтажные, агрохимические, зооветеринарные работы.

2. Создание благоприятных условий для обеспечения субъектов хозяйствования необходимой современной и высокопроизводительной техникой оборудованием, минеральными удобрениями, ядохимикатами, семенным материалом, ГСМ и другими расходными материалами;

3. Обеспечение продовольственной безопасности страны. Достаточность продовольственного обеспечения потребностей внутреннего рынка – одна из проблем национальной экономической безопасности, занимающая ведущее место в политике государства. Обеспечение прироста производства в аграрном секторе должно быть не ниже 4,5 % в среднем за год.

4. Оптимизация посевных площадей сельскохозяйственных культур, специализация сельскохозяйственных культур по регионам республики.

5. Развитие кооперативного движения.

6. Районирование животноводства и создание молочных и мясных кластеров¹.

3. Перерабатывающая промышленность (III сфера АПК)

Перерабатывающая и пищевая промышленность – одна из приоритетных отраслей экономики республики, ориентированная на переработку собственного сельскохозяйственного сырья и удовлетворение потребностей населения в продуктах питания. Эта отрасль является промежуточным звеном между торговлей и производителями сельскохозяйственной продукции.

Перерабатывающая и пищевая промышленность производит более 18 % объема промышленной продукции и более 16 % экспорта. В Кыргызской Республике перерабатывающая и пищевая промышленность представлена 17 отраслями промышленности, ориентированными на переработку сельскохозяйственного сырья собственного производства и обеспечение потребностей внутреннего рынка. В качестве основных приоритетных направлений совершенствования материально-технической базы и дальнейшего развития пищевой и перерабатывающей промышленности были выделены:

¹ Данные МСХ КР.

1. Совершенствование размещения перерабатывающих предприятий в основных сырьевых зонах, строительство новых предприятий по переработке;
2. Техническое перевооружение предприятий, производящих мукомольно-крупяные изделия, сахар, растительное масло, овощные, фруктовые консервы, молочные продукты длительного хранения;
3. Создание агротехсервисных предприятий по ремонту и обслуживанию перерабатывающего оборудования; подготовка специалистов;
4. Развитие средних и малых предприятий в отдаленных регионах республики;
5. Создание условий для привлечения отечественных и иностранных инвестиций.

Реализация предложенных приоритетных направлений развития позволит создать экономические основы материально-технической модернизации пищевой и перерабатывающей отрасли АПК, повысить ее производственный и

материально-технический потенциал, обеспечить население республики качественными отечественными продуктами питания.

4. Отрасли, обеспечивающие инфраструктуру АПК (IV сфера АПК)

В качестве первоочередных целей и задач для развития 4-й сферы АПК в разрабатываемых программах выделялись следующие аспекты:

1. Развитие ирригационных систем и водопользования.
2. Развитие водоснабжения в сельской местности. Даст возможности по обеспечению 80 % сельского населения качественной питьевой водой, созданию комфортных и благоприятных условий для жителей села;
3. Развитие инфраструктуры села (дороги, коммуникации, социально-культурные объекты, жилье);
4. Развитие и поддержка аграрной науки, создание и развитие НПО;
5. Оказание образовательных, консультативных и информационных услуг сельхозтоваропроизводителям;
6. Создание условий для развития агрохимического, агротехнического и ветеринарного сервиса, развитие вспомогательных услуг и служб.

Подводя итоги, можно сказать, что сельское хозяйство и АПК являются первейшей и самой глубокой основой развития человеческого общества и его экономики. Необходимо совершенствовать технические, технологические и организационные средства, чтобы непрерывно расширять производство продукции для растущих потребностей общества. Перевод страны и ее АПК на рыночные отношения делает особенно острой эту необходимость. Необходимо работать на спрос и удовлетворение потребностей в условиях конкурентной борьбы, продукция АПК должна стать конкурентноспособной.

Список литературы

1. Отчет МСХ КР «О развитии аграрного сектора республики за 2010 г. и прогнозе развития на 2011 г.»
2. Отчет ФАО ООН «Механизация ферм и продуктивность сельского хозяйства, 2009 г.»

МЕТОДИКИ ИДЕНТИФИКАЦИИ КЛАСТЕРОВ: ПРЕИМУЩЕСТВА И НЕДОСТАТКИ. ПРОБЛЕМЫ ИХ ПРИМЕНЕНИЯ В УСЛОВИЯХ РОССИЙСКОЙ ЭКОНОМИКИ

Савинова О.В., Денисова Д.П.

Пензенский государственный университет, г. Пенза

Кластеры являются уникальным в своем роде явлением в экономике. Они являются индикатором концентрации экономической активности в том или ином регионе, включают в себя сложные внутренние и внешние взаимоотношения предприятий и кластеров в смежных отраслях.

Многие ученые писали о преимуществах кластерной экономики: синергетический эффект, социальный эффект, повышение конкурентоспособности, рост экономического потенциала региона и др. В последние годы в федеральном и региональном законодательстве РФ в области экономики все чаще фигурирует слово «кластер», однако для успешного воплощения данной модели экономики в жизнь потребуется немалое количество времени и денежных средств.

Как известно, кластеры возникают двумя способами: естественным и искусственным. Примеры естественных кластеров нетрудно найти в Европе (например, кораблестроение в Голландии), примеры искусственных кластеров можно найти в Америке («Кремниевая долина») и в Азии (в активно растущем и развивающемся Китае искусственно созданные кластеры являются одним из драйверов экономики).

В настоящий момент в Европе проведено кластерное картографирование по методике М. Портера с целью выявления экономических центров региона, анализа их взаимосвязей и развития. Однако ввиду того, что кластеры являются не вполне жесткой и четкой структурой, возникает необходимость их идентификации, т.е. выявления естественно сложившихся кластеров или определение успешности создания искусственных. Существует несколько подходов к идентификации кластеров. Основными из них являются:

1. Подход, предложенный М. Э. Портером.

М. Портер является одним из пионеров в исследовании кластерной экономики, его труды послужили началом для развития отдельного направления в экономике, теоретических подходов и эмпирических исследований. Методика идентификации и исследования кластеров, предложенная М. Портером легла в основу многих современных методик. Основным принципом данного подхода является определение кластеров с позиции конкурентоспособности.

Прежде всего, основным критерием кластера является территориальное единство – границы большинства кластеров совпадают с границами областей/регионов или стран, в которых они расположены, но могут и выходить за их пределы, объединяясь с предприятиями на соседних территориях. В этом случае определяющим фактором является не географическая граница, а концентрация предприятий смежных отраслей на одной территории. Одним из коэффициентов, позволяющим оценить данный критерий, является коэффициент локализации:

$$LQ = \frac{Emp_{ig}}{Emp_g} \bigg/ \frac{Emp_i}{Emp}$$

где Emp_{ig} – количество занятых в регионе g в отрасли i ,

Emp_g – общее количество занятых в регионе g ,

Emp_i – количество занятых в отрасли i в стране,

Emp – общее количество занятых в стране.

М. Портер предлагает использовать пороговое значение 0,9, однако Э. Бергман и Э. Фрезер считают целесообразным увеличить его до 1,25, т.к. полученное на основе расчетов количество кластерных образований может оказаться чрезмерно большим и не будет иметь практической значимости.

Следует помнить, однако, что близкое территориальное расположение предприятий создает лишь потенциал для создания кластера, но не формирует его полностью. Второй важной составляющей – связующим звеном между отдельными фирмами – являются специалисты, как носители знаний, опыта и информации. Именно они способны привести кластер в движение и создать конкурентные преимущества с помощью чувства «принадлежности к касте», которое появляется, когда фирма входит в какое-то большее образование (например, в кластер). Только в этом случае отдельное предприятие приобретает статус экономической ценности, единицы в составе чего-то большего. [3, С. 290] Также важным критерием является количество занятых – кластер должен объединять в себе не менее 1000 человек.

Кроме того, согласно М. Портеру к признакам кластера с позиции создания им локальным конкурентных преимуществ, можно отнести: наличие факторов производства (как материально-ресурсная база, так и социально-экономическая и политическая среда, сильная научно-исследовательская база); наличие конкурентоспособных поставщиков и смежных отраслей, с которыми кластер может одновременно и сотрудничать и конкурировать; наличие особого требовательного спроса, удовлетворить который предприятию, работающему отдельно, очень трудно.

Преимуществом данного подхода является всестороннее рассмотрение кластера без акцента только на экономическую составляющую. Однако одной из проблем применения данного подхода может являться изучение социальной составляющей кластера, т.к. она слабо поддается количественной оценке. Основной проблемой, которую пытаются решить социологи и экономисты в этой области является создание методики идентификации «узлов», в которых происходит основной обмен информацией.

2. Расчет коэффициентов локализации и специализации

Данная методика предложена Европейской кластерной обсерваторией и является доработанной методикой М. Портера предполагает анализ 3-х характеристик кластера - размера, специализации и фокуса. [2, С. 125]. На основе данной методики было проведено кластерное картографирование Европы.

В качестве пороговых значений, характеризующих значимые кластерные группы в регионе, установлены следующие критерии:

- «коэффициент локализации» - не менее 2;

Как говорилось ранее, это позволяет выявлять только самые крупные и значимые кластерные образования, которые являются ведущими в данном регионе и сосредотачивают в себе большие объемы ресурсов.

- регион должен входить в число 10% регионов, лидирующих по «Размеру» рассматриваемой кластерной группы;

$$Size = \frac{Emp_{ig}}{Emp_i}$$

Показатель отражает значимость данного кластера для кластерной группы страны в целом.

- регион должен входить в число 10% регионов, лидирующих по «Фокусу» рассматриваемой кластерной группы.

$$Focus = \frac{Emp_{ig}}{Emp_g}$$

Показывает, степень занятости людей в кластерной группе i в регионе g , т.е. концентрацию занятых в кластерной среде всего населения региона.

На основе данных показателей кластеру присваивается от 1 до 3 звезд (веса всех показателей одинаковы). Чем больше звезд получает кластерная группа, тем большую значимость она имеет в экономике региона и страны.

Основным преимуществом метода является то, что количественные данные в виде индексов легко поддаются анализу и сравнению.

Недостатками являются: акцент на кластере, как исключительно экономическом феномене, без оценки социального и других эффектов; прямая зависимость результатов от выбранной методики сбора данных и от величины статистической погрешности.

Также следует отметить, что в условиях российской экономики данные индексы нуждаются в корректировке, т.к. при выбранных пороговых значениях можно выявить лишь крупнейшие кластерные группы, в которых сосредоточены большие объемы ресурсов, а более мелкие образования могут остаться без внимания.

3. Сетевой анализ

Представляет собой графическую интерпретацию взаимосвязей между предприятиями. Предполагает поиск «ядра» кластера, построение цепочек добавленной ценности, которая создается в кластере и определение первичных и вторичных отраслей кластеров в экономике региона. [1, С. 35]

В эту же группу можно отнести построение и матрицы «затраты-выпуск», т.е. модель Леонтьева или модель межотраслевого баланса.

Преимуществом данной группы методов является их наглядность и структурированность – видна роль каждого элемента кластера в создании конечного продукта, прослеживаются внутренние и внешние взаимосвязи. Однако основным недостатком можно считать колоссальную трудоемкость их составления.

Итак, в настоящий момент существует большое разнообразие методов идентификации и анализа кластеров, которые делают акцент на разных аспектах деятельности кластера, используют различные данные и подходы к их анализу. Это позволяет всесторонне изучить кластер и, возможно, построить виртуальную кластерную модель, чтобы спрогнозировать его развитие.

Российская экономика в настоящий момент является развивающейся, концентрация кластеров в ней невелика, т.е. не все конкурентные преимущества раскрыты и реализованы. Следовательно, появляется необходимость применять вышеперечисленные методы в России.

Проблема всех указанных методов состоит в том, что они сформулированы и опробованы за границей. Попытки применять данные методы без корректировки в условиях российской экономики, являются не вполне успешными, что связано как с недостатком опыта у российских исследователей, так и с принципиальными отличиями в экономике России и Европы. Следует помнить, что современная экономика России долгое время формировалась вне рыночных условий и имела плановый характер. Следовательно, будет неверным утверждать, что так или иная отрасль или кластер сформировались и приобрели определенные конкурентные преимущества только путем естественного исторического развития без вмешательства государства. Таким образом, в данных структурах отсутствует предпринимательский опыт, который десятками лет накапливался в зарубежных компаниях, отсутствует естественная организационная

культура, и сравнение их с зарубежными кластерами, начало которым было положено сотни лет назад, некорректно.

Кроме того, в России из-за больших размеров территорий и большого количества территориальных образований данные, которые предоставляют официальные органы, например, Росстат, являются не актуальными на момент расчетов. Следовательно, прогнозы, составленные на основе таких расчетов, обладают условным характером.

По этим причинам обычная «калька» западных методов оценки на российские реалии дает отрицательные результаты.

Список литературы

1. Ковалева Т. Ю. Алгоритм идентификации и оценки кластеров в экономике региона // Вестник Пермского университета. — 2011. — № 4. — С. 30-39. (Экономика);
2. Растворцева С.Н., Череповская Н.А. Идентификация и оценка региональных кластеров // Экономика региона. — 2013. — № 4. — С. 123-133. (Экономика и экономические науки);
3. Савинова О.В. Региональная конкуренция и пессимистические прогнозы состояния экономического климата в регионах России // Вестник Тамбовского университета — 2014. — № 1. — С. 24-37. (Гуманитарные науки)
4. Портер М. Конкуренция, М.: 2005. — 608 с.

РАЗРАБОТКА ПРОЕКТНОГО ПРЕДЛОЖЕНИЯ ПО СОВЕРШЕНСТВОВАНИЮ РАЗДЕЛА «РАЗВИТИЕ ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО КАПИТАЛА» СТРАТЕГИИ СОЦИАЛЬНО- ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ РЕСПУБЛИКИ САХА (ЯКУТИЯ) НА ПЕРИОД ДО 2030 ГОДА С ОПРЕДЕЛЕНИЕМ ЦЕЛЕВОГО ВИДЕНИЯ ДО 2050 ГОДА

Тастыгина Л.А., Куприянова С.В.

Северо-Восточный федеральный университет им. М.К. Аммосова

Аннотация. Развитие человеческого капитала связано со здравоохранением, образованием, культурой, физической культурой и спортом, социальной защитой и занятостью населения. Между всеми этими системами существует тесная связь, которая обеспечивает высокое качество человеческого капитала и является базой для роста экономики. В статье проанализирован раздел «Развитие человеческого капитала» Стратегии-2030 Республики Саха (Якутия) и разработано проектное предложение по его совершенствованию.

Ключевые слова: стратегия, развитие, человеческий капитал, Республика Саха (Якутия)

Целью данной статьи является разработка проектного предложения по разделу «Развитие человеческого капитала» в Стратегии социально-экономического развития Республики Саха (Якутия) на период до 2030 года с определением целевого видения до 2050 года.

Задачи:

1. Провести анализ раздела «Развитие человеческого капитала» в Стратегии-2030 Республики Саха (Якутия);
2. Разработать проектное предложение по разделу «Развитие человеческого капитала» в Стратегии-2030 Республики Саха (Якутия).

2006 год стал для республики годом внедрения системы стратегического планирования. Был разработан стратегический документ — «Схема комплексного развития производительных сил, транспорта и энергетики Республики Саха (Якутия) до 2020 года». А в этом году разработан проект Стратегии-2030 Республики Саха (Якутия).

В Стратегии социально-экономического развития Республики Саха (Якутия) на период до 2030 года с определением целевого видения до 2050 года развитие человеческого капитала является приоритетным направлением. Так как в сегодняшнее время ценится человек, который умеет вырабатывать и реализовать свои идеи. В Схеме - 2020 вместо понятия «человеческий капитал» существует раздел «Приоритетные направления и перспективы развития в социальной сфере» [2]. Более того, очевидно, что в данном случае Схема комплексного развития производительных сил, транспорта и энергетики Республики Саха (Якутия)

до 2020 года более направлена на развитие инфраструктуры, чем на развитие человеческого капитала, которое является основным приоритетным направлением в Стратегии-2030. По развитию человеческого капитала в Стратегии-2030 выявлены 11 приоритетных направлений. В данном разделе нет таких направлений, как «Село» и «Экология». Эти направления в Стратегии-2030 подробно рассмотрены в других разделах. В силу того, что со временем приоритеты социально-экономического развития меняются, по сравнению со Схемой-2020, Стратегия-2030 содержит более конкретные направления, цели, задачи и проекты. Но это не означает, что Стратегия-2030 не имеет своих недостатков и недочетов.

Раздел «Развитие человеческого капитала» в Стратегии-2030 содержит систему целей направленных на достижение основной цели данного приоритета. Стратегическая цель данного раздела – Гармонично развитый и конкурентоспособный человек – главная ценность Якутии. Система целей включает:

1. Крепкие традиции и единство многонационального народа Якутии.
2. Высокий уровень духовного развития и культурно-нравственных ценностей каждой личности и общества.
3. Якутия – регион, привлекательный для жизни.
4. Открытое пространство конкурентоспособной системы образования с учетом потребности общества и инновационного развития экономики.
5. Эффективная пациентоориентированная система здравоохранения, обеспечивающая потребности населения в доступной профилактической и специализированной медицинской помощи.
6. Спорт и здоровый образ жизни.
7. Якутия – регион с эффективной системой социальной поддержки населения.
8. Якутия - территория с естественным уровнем безработицы.
9. Молодежь – основа будущего Якутии.
10. Обеспечение потребности экономики и инвестиционных проектов кадровыми ресурсами.
11. Развитое гражданское общество - основа для решения долгосрочных задач социально-экономического развития на основе равноправного взаимодействия общества и государства.

Вышеуказанная система целей определена по таким приоритетным направлениям, как:

- Единство многонационального народа;
- Культура;
- Демографическая и семейная политика;
- Новое качество образования;
- Инновационное развитие здравоохранения;
- Физическая культура и спорт. Здоровый образ жизни;
- Социальная защита населения;
- Занятость населения;
- Молодежная политика;
- Кадровое обеспечение;
- Гражданское общество [1].

По каждым приоритетным направлениям развития человеческого капитала описана характеристика текущего состояния по республике в целом. Приведен перечень проектов с ожидаемыми результатами, направленных на достижение поставленных целей. Но неизвестно на что они направлены, т.е. проекты подробно не описаны. Например, в Стратегии-2030 Республики Татарстан все проекты подробно описаны в отдельном параграфе Стратегии. Также такие передовые субъекты, как Республика Татарстан и Санкт-Петербург провели серьезные стратегические анализы с прогнозом и выводами по разделу развития человеческого капитала. Поэтому для того, чтобы не только раздел развития человеческого капитала, но Стратегия в целом, была эффективна, необходимо провести конкретные стратегические анализы, и опираясь на них определить конкретный прогноз социально-экономического развития, в данном случае развитие человеческого капитала, чтобы в нашем документе был не только перечень проектов, а обоснованные и просчитанные индикаторы качества жизни всего населения на основе социальной справедливости.

Исходя из вышеизложенного, предлагаем следующее проектное предложение – разработать методику расчета индекса развития человеческого капитала по Республике Саха (Якутия). Данный проект разрабатывается в целях более обоснованного анализа развития человеческого капитала в республике и его эффективного прогнозирования.

Известно, что рейтинг стран мира по Индексу развития человеческого капитала (HumanCapitalIndex) публикует аналитическая группа Всемирного экономического форума (ВЭФ) в сотрудничестве с

Гарвардским университетом и международной консалтинговой компанией MercerHumanResourceConsulting[3]. Индекс развития человеческого капитала в странах мира составлен впервые с 2015 года. На примере данной аналитической группы рекомендуется Центру Стратегических Исследований Республики Саха (Якутия) разработать методику расчета индекса развития человеческого капитала, который позволит отслеживать прогресс и изменения человеческих капиталовложений, а также определить прогноз уровня качества жизни, используя результаты данной методики в Стратегии-2030. В связи с множеством выбора показателей индекса, предлагается рассчитать индекс развития человеческого капитала с учетом особенностей улусов и по основным приоритетным направлениям Стратегии-2030. Поэтому республику следует разделить на группы улусов (Центральная, Заречная, Северо-Западная, Верхоянская, Северо-Восточная, Юго-Восточная, Южная) и на возрастные категории: от 0 до 14 лет, от 15 до 24 лет, от 25 до 54 лет, от 55 до 64 лет, от 65 и выше. Примерная модель индекса будет выглядеть таким образом:

Группа улусов	Индикаторы/ Возрастная категория	0-14	15-24	25-54	55-64	65 и выше	Индекс развития человеческого капитала
Центральная	Приоритетные направления развития человеческого капитала Стратегии-2030 РС(Я)						

Разделение республики по группам улусов позволит справедливо оценить уровень развития человеческого капитала, так как каждая группа улусов имеет свой уровень социально-экономического положения. Каждый улус должен найти в Стратегии своё место, поэтому необходимо строить работу по принципу районирования, тогда улусы будут знать, что конкретно их ждет в будущем.

Список литературы

1. Стратегия социально-экономического развития Республики Саха (Якутия) на период до 2030 года с определением целевого видения до 2050 года [Текст]: одобрен Правительством Республики Саха (Якутия), г. Якутск от 26 декабря 2016 г. – [Министерство экономики Республики Саха (Якутия)] – URL: <https://mineconomic.sakha.gov.ru/proektnyj-ofis-strategija-2030> (Дата обращения: 05.12.2016)
2. Схема комплексного развития производительных сил, транспорта и энергетики Республики Саха (Якутия) / электронный ресурс доступа: <http://sakha.gov.ru/shema-kompleksnogo-razvitiya-do-2020> (Дата обращения: 12.12.2016)
3. Human Capital Report 2016 [World Economic Forum] – URL: <http://reports.weforum.org/human-capital-report-2016/technical-notes/>

К ВОПРОСУ О ФОРМИРОВАНИИ ДОХОДОВ МЕСТНЫХ БЮДЖЕТОВ

Щербань Е.Г.

Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова, Саратовский социально-экономический институт (филиал) (Саратов)

В настоящее время решение множества социальных задач и создание условий для повышения качества жизни населения возложено на муниципальный уровень управления. Так, в соответствии с Федеральным законом «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации» за местным самоуправлением закреплены организация электро-, тепло-, газо- и водоснабжения населения, водоотведения; дорожная деятельность; организация транспортного обслуживания, обеспечение культурно-досуговыми и спортивными объектами; благоустройство и озеленение и др [2]. Кроме того, организация общедоступного и бесплатного общего образования, медицинской помощи возложены на органы муниципального управления районов и городских округов [2].

Таким образом, именно муниципальные образования вносят значительный вклад в развитие человеческого потенциала и обеспечивают создание комфортных, благоприятных условий для жизнедеятельности населения.

Однако, несмотря на важность возложенных на муниципалитеты задач, местное самоуправление не подкреплено достаточной финансово-экономической базой для осуществления своих полномочий. На практике муниципальные органы власти функционируют в условиях постоянной нехватки финансовых средств, сталкиваются с жесткими бюджетными ограничениями при решении вопросов местного значения.

Практика формирования доходной части местных бюджетов, сформировавшаяся в нашей стране, негативно сказывается на финансовой самостоятельности муниципальных образований, а также не стимулирует их социально-экономическое развитие. Поскольку более половины собственных доходов муниципальных районов Саратовской области на протяжении последних 5 лет формируется за счет безвозмездных перечислений вышестоящих бюджетов [5], можно сделать вывод, что данные муниципальные образования обладают крайне низкой финансово-экономической самостоятельностью и не могут самостоятельно (без привлечения межбюджетных трансфертов) обеспечить свои финансовые потребности даже на половину. Несмотря на то, что в соответствии со сложившимся законодательством, городские округа обладают большим финансовым потенциалом, данный тип муниципальных образований также характеризуется высоким уровнем дотационности. Так, в административном центре Саратовской области – городском округе «г.Саратов» в 2015-2016гг за счет собственных доходов было сформировано 56% доходных источников.

Помимо высокого уровня финансовой зависимости органов местного самоуправления от органов государственной власти РФ, серьезной проблемой сложившегося распределения налоговых доходов является слабость фискальных стимулов от привлечения инвесторов на территорию муниципального образования. Основное увеличение налоговых поступлений в результате экономического роста, открытия новых производств происходит в отношении региональных бюджетов и федерального бюджета. Таким образом, решение вопроса об увеличении доходной базы местных бюджетов и создание стимулов для органов местного самоуправления к наращиванию экономического потенциала муниципальных образований является необходимым условием для обеспечения устойчивого и комплексного социально-экономического развития муниципальных образований.

На наш взгляд, за местными бюджетами целесообразно закрепить такие налоговые доходы, на которые могут влиять органы местного самоуправления соответствующего муниципального образования. В первую очередь речь идет о налогах, уплачиваемых малым и средним бизнесом, поскольку закрепление подобных доходных источников позволит заинтересовать муниципальные органы власти в развитии малого и среднего предпринимательства на своей территории, что в свою очередь даст толчок к развитию всего экономического потенциала на местах.

Мы придерживаемся точки зрения, что сформированная налоговая база муниципальных образований, состоящая из земельного налога, налога на имущество физических лиц, единого налога на вмененный доход, единого сельскохозяйственного налога, отчислений от налога на доходы физических лиц, не позволяет муниципалитетам решать закрепленные за ними вопросы местного значения и требуется законодательно закрепленного перераспределения налоговых доходов между уровнями бюджетной системы России.

Однако, мы считаем крайне нецелесообразным повышать финансовую самостоятельность местных бюджетов за счет «урезания» налоговых платежей, зачисляемых в региональные бюджеты и закрепления их за местным уровнем власти, поскольку значительная часть расходов бюджетов субъектов РФ в настоящее время приходится на поддержку муниципальных бюджетов. Подобное перераспределение доходов может привести к росту финансово-экономической дифференциации муниципальных образований, при которой крупные муниципальные образования с высоким экономическим потенциалом сумеют выйти на уровень самодостаточности собственных финансовых ресурсов, а поселения и районы, характеризующиеся слабой экономической базой, еще более ухудшат свое положение, поскольку региональный бюджет уже не сможет оказывать им финансовую поддержку в прежнем объеме.

В условиях действующего бюджетного законодательства резервом повышения налоговых доходов местных бюджетов является введение в экономический оборот таких неучтенных земельных и имущественных объектов, как возведенные без разрешающих документов строения, самовольно занятые земельные участки, бесхозное имущество.

Привлечение широкого круга лиц к уплате имущественных налогов возможно посредством проведения инвентаризации и постановки на учет имущественных объектов в государственных органах регистрации прав на недвижимое имущество и сделок с ним.

Основной целью проведения инвентаризации в муниципальных образованиях является актуализация сведений об имущественных объектах на территории муниципального образования и приведение в соответствие друг другу информации, хранящейся в базах данных администрации муниципального образования и территориальных подразделениях налоговых и регистрирующих органов власти.

Резервом увеличения доходной составляющей муниципального бюджета являются неналоговые доходы муниципального образования. Так, неналоговые доходы муниципального образования «г.Саратов» в 2015 году составили 15,2%, а в 2016 году были запланированы в размере 13,2% от общей суммы налоговых и неналоговых доходов местного бюджета [3]. При этом на доходы от использования имущества, находящегося в государственной и муниципальной собственности, приходится основная доля в общем объеме неналоговых доходов муниципального образования «г.Саратов» (61,5%). Доходы от продажи материальных и нематериальных активов составили в 2015-2016 гг. около 15%, а доходы от оказания платных услуг – 8-9% в общей сумме неналоговых источников доходов [4].

Наибольший удельный вес в структуре доходов от использования муниципальной собственности занимают доходы, получаемые в виде арендной и иной платы за передачу в возмездное пользование государственного и муниципального имущества (79% от общей суммы доходов от использования муниципальной собственности), в том числе от предоставления в аренду земельных участков, государственная собственность на которые не разграничена (65% в доходов от использования государственной и муниципальной собственности) на территории муниципального образования.

Учитывая высокую долю арендной платы за пользование землями в структуре доходов муниципального образования, в качестве основного резерва увеличения собственной доходной базы муниципалитета, следует рассматривать совершенствование методики расчета арендной платы за земли, государственная собственность на которые не разграничена. При этом увеличение доходов от арендной платы для данной категории земельных участков, может быть обеспечено как за счет роста самого коэффициента, применяемого для ее расчета, так и за счет введения ежегодной индексации кадастровой оценки земли (что делается муниципальными образованиями в ряде субъектов РФ). Повышение коэффициентов в процентах от кадастровой стоимости для расчета арендной платы за земельные участки, с одной стороны, обеспечит бюджет муниципального образования дополнительными доходами, а с другой стороны - мотивирует местное сообщество по более эффективному использованию земель, что, в свою очередь, станет еще одним источником дополнительных поступлений не только доходов от аренды, но и налогов.

Увеличению поступления неналоговых доходов в местный бюджет будет способствовать взыскание задолженности по арендной плате, ведение достоверного и полного учета предоставления муниципального имущества в пользование, контроль в сфере управления и распоряжения муниципальным имуществом.

Список литературы

1. Бюджетный кодекс Российской Федерации от 31.07.1998 N 145-ФЗ (в ред. от 02.06.2016 №158-ФЗ).
2. Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации. Федеральный закон от 06.10.2003 г №131-ФЗ (в ред. 03.07.2016 г. №298-ФЗ).
3. Бюджет для граждан по решению Саратовской городской Думы «Об исполнении бюджета муниципального образования «Город Саратов» за 2015 год»//Saratovmer.ru: Официальный сайт администрации муниципального образования «город Саратов». URL: <http://www.saratovmer.ru/budget/rubrics/5/1265.html> (дата обращения 29.12.2016)
4. Бюджет для граждан по решению Саратовской городской Думы «О бюджете муниципального образования «Город Саратов» на 2016 год»// Saratovmer.ru: Официальный сайт администрации муниципального образования «город Саратов». URL: <http://www.saratovmer.ru/budget/rubrics/6/1263.html> (дата обращения 29.12.2016)
5. Официальный сайт федеральной службы государственной статистики. URL: <http://www.gks.ru/dbscripts/munst/munst63/DBInet.cgi> (дата обращения 29.12.2016)

СЕКЦИЯ №22.

ЭКОНОМИКА ТРУДА И УПРАВЛЕНИЕ ПЕРСОНАЛОМ

СИСТЕМА УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ В ОРГАНИЗАЦИИ

Амирбаева А.Ш.

Магистрант Университета Нархоз, Международная бизнес школа, г. Алматы (Казахстан)

Персонал является одним из наиболее сложных объектов управления в организации, поскольку в отличие от материальных факторов производства персонал обладает возможностью принимать решения и критически оценивать предъявляемые к ним требования. Персонал также имеет субъективные интересы и чрезвычайно чувствителен к управленческим воздействиям, реакция на которые не определена.

Система управления персоналом — это совокупность приемов, методов, технологий организации работы с персоналом.

Существуют различные модели построения системы управления персоналом в организации. Применение той или иной модели для конкретной организации зависит от ее организационной структуры. Организационная структура определяет взаимоотношение (взаимоподчинение) между функциями, выполняемыми сотрудниками организации, а также проявляется в таких формах, как разделение труда, создание специализированных подразделений, иерархия должностей и т.д.

Организационная структура системы управления персоналом — это совокупность взаимосвязанных подразделений этой системы и должностных лиц.

Подразделения выполняют различные функции, их совокупность составляет службу управления персоналом (кадровую службу). Роль и место службы управления персоналом в структуре всей организации определяется ролью и местом каждого специализированного подразделения данной службы, а также организационным статусом ее непосредственного руководителя.

Объекты и субъекты системы управления персоналом

Особенности развития системы управления персоналом, ее роль в организационной системе определяют характеристики ее основных факторов: объекта и субъекта, целей системы, ее функций и структуры.

Объекты системы управления персоналом:

- работники;
- рабочие группы;
- трудовой коллектив.

Субъекты системы управления персоналом:

- функциональный управленческий персонал;
- линейный управленческий персонал.

Существует несколько подходов к формулированию системы управления персоналом, все зависит от того, какой аспект данного явления рассматривать.

Как правило, организации, нацеленные на реализацию функций управления персоналом, включают в себя подсистему линейного руководства организации, а также ряд функциональных подсистем управления персоналом (например, подсистема найма, подсистема обучения и развития и т.д.).

В рамках такой системы происходит учет взаимосвязей между отдельными аспектами управления персоналом, который выражается в разработке конечных целей управления персоналом организации, в определении путей их достижения, а также в создании соответствующего механизма управления, обеспечивающего комплексное планирование и организацию управления персоналом организации.

Организационные цели

Первоначальным этапом проектирования и формирования системы управления персоналом организации является формулировка целей данной системы. Для различных организаций цели системы управления персоналом варьируются в зависимости от характера деятельности организации, объемов производства, стратегических задач и т.д. Обобщение опыта зарубежных и отечественных организаций

позволяет сформулировать главную цель системы управления персоналом организации как обеспечение организации персоналом, их эффективное использование, профессиональное и социальное развитие.

Рассматривая совокупность организационных целей, выделим также следующие категории целей организации: экономические, научно-технические, коммерческо-производственные и социальные.

Экономические цели направлены на достижение расчетной величины прибыли.

Научно-технические цели связаны с обеспечением заданного научно-технического уровня продукции, а также с повышением производительности труда за счет совершенствования технологий.

Производственно-коммерческая цель связана с производством и реализацией продукции в объемах, необходимых для получения планового уровня прибыли.

Социальные цели — организации заключаются в достижении заданного уровня удовлетворенности работников.

Социальные цели организации можно рассматривать с двух точек зрения, а именно: с позиций персонала и с позиций администрации. С одной стороны, цели системы управления персоналом определяют конкретные потребности работников, которые должны быть удовлетворены администрацией. С другой стороны, эти цели определяют характер и условия трудовой деятельности, которые обеспечивает администрация. Важным условием эффективности системы управления персоналом является отсутствие противоречий между этими двумя ветвями целей. Рассмотрим их более подробно.

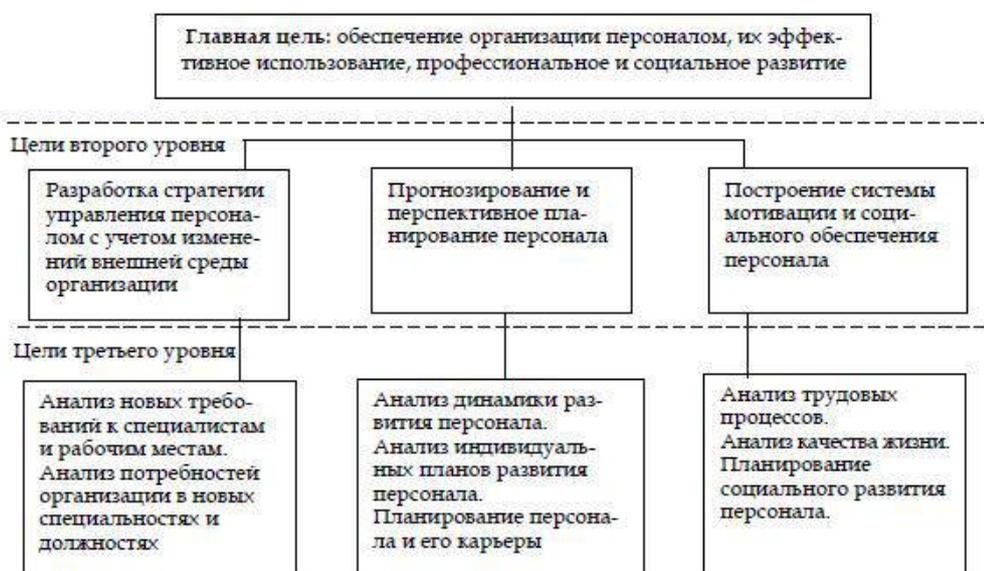


Рис. 1. Цели системы управления персоналом организации

С точки зрения персонала социальные цели организации обусловлены тем, в какой степени выполнение трудовых функций способствует удовлетворению потребностей человека. Структура таких целей представлена на рисунке 2.



Рис. 2. Цели системы управления персоналом организации с точки зрения персонала

С точки зрения администрации социальные цели организации связаны с экономическими целями. В этом аспекте система управления персоналом должна служить основной цели — получению прибыли.

Структура социальных целей с точки зрения администрации представлена на рисунке 3.

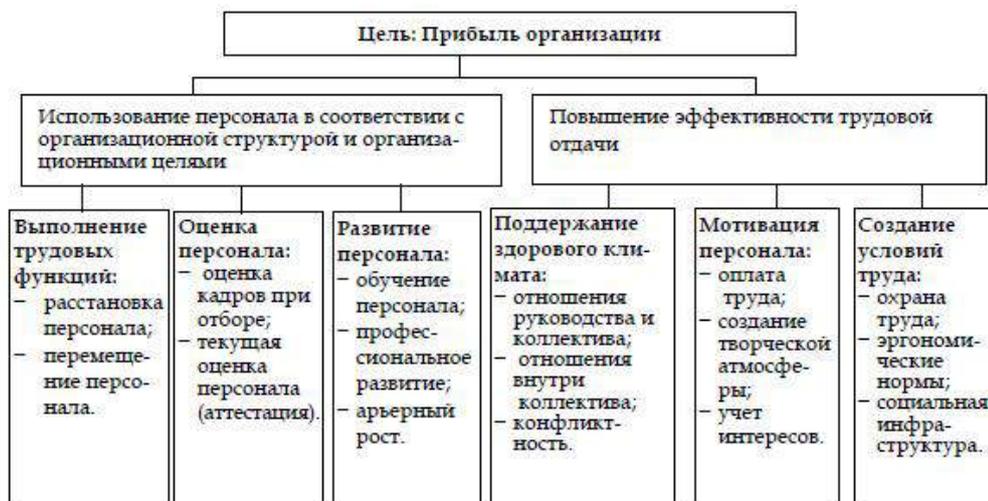


Рис. 3. Цели системы управления персоналом организации с точки зрения администрации

Обе ветви социальных целей (персонала и администрации) не противоречат друг другу, что создает эффективную основу для взаимодействия этих двух субъектов для достижения общих целей. Наличие противоречивых целей системы управления персоналом приводит к конфликту интересов персонала и администрации, что негативно сказывается на функционировании организации в целом. Следует также подчеркнуть, что, несмотря на то, что с точки зрения администрации, главной целью является получение прибыли, отправным моментом в современной теории и практике управления персоналом является осознание необходимости удовлетворения не только материальных, но и социальных потребностей сотрудников.

Функции системы управления персоналом организации:

Функция планирования персонала заключается в разработке кадровой политики и стратегии управления персоналом; анализе кадрового потенциала организации и рынка труда; организации кадрового планирования и прогнозирования потребности в персонале; поддержании взаимосвязей с внешними источниками, обеспечивающими организацию кадрами.

Функция управления наймом и учетом персонала заключается в организации набора кандидатов на вакантную должность; организации отбора (собеседования и оценки) и приема персонала; учете приема,

перемещений, увольнений персонала; управлении занятостью, документационном обеспечении системы управления персоналом.

Функция оценки, обучения и развития персонала заключается в осуществлении обучения, переподготовки и в повышении квалификации персонала; введении в должность и адаптации новых работников; организации и проведении мероприятий по оценке персонала; управлении развитием карьеры.

Функция управления мотивацией персонала заключается в нормировании трудового процесса и тарификации оплаты труда; разработке систем материального и нематериального стимулирования, а также в применении методов морального поощрения персонала.

Функция управления социальным развитием заключается в организации питания в течение рабочего дня; обеспечении охраны здоровья и отдыха для сотрудников и их семей; организации развития физической культуры; организации социального страхования.

Функция правового обеспечения управления персоналом связана с решением правовых аспектов трудовых отношений, а также с согласованием распорядительных и иных документов по управлению персоналом.

Функция информационного обеспечения управления персоналом заключается в ведении учета и статистики персонала; информационном и техническом обеспечении системы управления персоналом; обеспечении персонала необходимой для работы научно-технической информацией.

Функция обеспечения нормальных условий труда включает в себя обеспечение и контроль соблюдения требований психофизиологии и эргономики труда, охраны труда и окружающей среды и т.д.

Функция линейного руководства заключается в том, что управление персоналом организации осуществляется, в том числе и на уровне управления организации в целом. Данную функцию осуществляет не только служба УП, но и руководители всех уровней.

Список литературы

1. Виханский О.С., Наумов А.И. Менеджмент. - М.: БЕК, 2012. - 390с.
2. Панов М. М. Оценка деятельности и система управления компанией на основе КРІ. – М.: Инфра-М, 2013. – 297 с.
3. Соломанидина Т.О. Управление мотивацией персонала. - М.: Изд-во РЭА, 2013. - 411с.

УПРАВЛЕНЧЕСКИЕ И ФИНАНСОВЫЕ МЕХАНИЗМЫ, ОБЕСПЕЧИВАЮЩИЕ РОСТ ПРОИЗВОДИТЕЛЬНОСТИ ТРУДА И СТОИМОСТИ КОМПАНИИ ЧЕРЕЗ СИСТЕМУ ВОЗНАГРАЖДЕНИЯ И МОТИВАЦИИ ПЕРСОНАЛА

Жанкулов Б.К.

Магистрант Университета Нархоз, Международная бизнес школа, г. Алматы (Казахстан)

Целью данного исследования является разработка рекомендаций теоретического и практического характера, нацеленных на формирование эффективной системы мотивации персонала как элемента управления стоимостью компании.

В процессе оценки любой компании, нельзя обойтись без учета ее персонала. Таким образом, эффективная система управления персоналом будет содействовать повышению стоимости компании. Термин «управление стоимостью» означает определенное действие, поскольку ключевым элементом такого управления являются люди (кадры, персонал). Разные работники компании способны по-разному влиять на стоимость компании, в зависимости от степени их ответственности, статуса и наделенных полномочий. В связи с этим одним из этапов внедрения стоимостной концепции управления становится разработка факторов стоимости и определения степени влияния каждой группы персонала на каждый фактор, что отражено на рисунке 1.

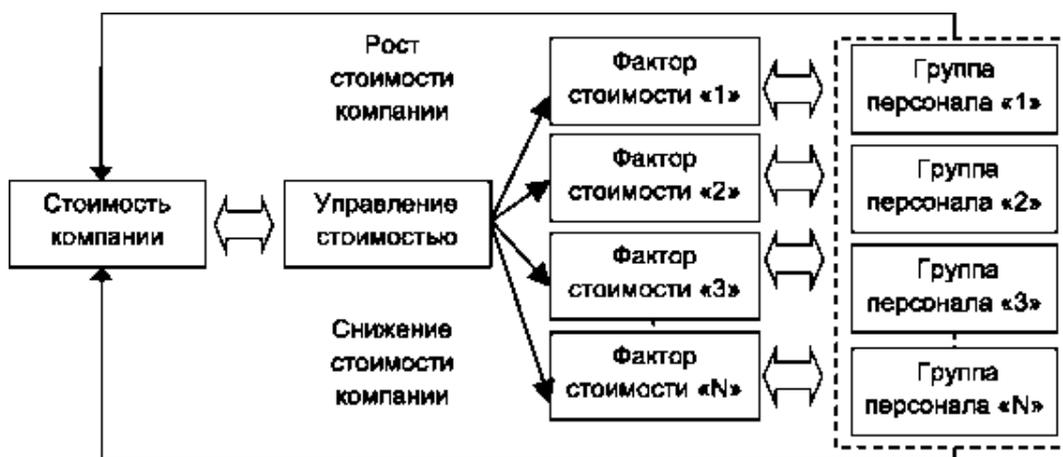


Рисунок 1. Взаимосвязь персонала и стоимости компании

Управление стоимостью компании концентрируется на стратегическом и оперативном менеджменте, нацеленном на рост текущей и будущей капитализации компании, а также на оценку инвестиционных рисков (управление инвестиционными рисками). Все это в итоге неразрывно связано с оценкой эффективности управления и стимулирования персонала. Эффективное управление подразумевает создание потенциала, использование которого будет способствовать достижению высоких результатов на протяжении долгого времени и обеспечивать постоянное движение вперед, что и приведет в итоге к повышению стоимости компании.

При оценке системы управления важно учитывать ее прочность в случае потери ключевых специалистов. В рыночной практике существуют примеры, когда с уходом отдельных работников компании, играющих важную роль в поддержании и развитии системы управления, по инерции система еще какое-то время функционирует, но в ближайшей обозримой перспективе дает сбой.

При внедрении и реализации концепции управления стоимостью следует обращать внимание на подготовку персонала и его оценку:

- выбор ключевых сотрудников;
- проверка всего коллектива на способность работать в новой системе;
- оценка управленческих решений, прежде всего, выработка и применение инструментов, позволяющих определить, как то или иное решение отразится на стоимости компании;
- анализ вклада всех подразделений в стоимость компании.

В ряде компаний подготовка и оценка персонала сосредоточена на формировании HR-контура. Цель существования HR контура - обеспечение эффективного достижения целей компании путем накопления, развития и рационального использования человеческих ресурсов.

Измерение эффективности HR-службы - это измерение качества процессов, которые поддерживает данное подразделение. Каждый HR- процесс создан для решения каких-либо задач, и качество решения данных задач должно измеряться соответствующими показателями. Эффективность HR-контура на основе показателей конкретных работников заключается в оценке их компетенций и результативности труда. Одним из методов измерения результативности труда работников является метод «Ключевых показателей эффективности (KPI)». Данный метод, позволяет объективно оценивать деятельность конкретного работника компании.

Выделяют два подхода к установлению KPI:

- функциональный подход - точкой отчета является конкретный исполнитель какой-либо функции на стадии жизненного цикла;
- целевой подход - цель компании декомпозируется на конкретного исполнителя.

Выбор подхода устанавливается в зависимости от стадии жизненного цикла компании и от зрелости HR-службы. Зачастую в деятельности Компании используется совокупность данных методов.

Оптимально выстроенный кадровый потенциал обеспечивает соответствующую эффективность не только HR - контура, но и системы управления стоимостью компании. При оценке эффективности управления стоимостью компании может быть установлена взаимосвязь между количественными и качественными показателями компании, которая в перспективе покажет, какие именно управленческие решения повлияли на изменение стоимости компании.

Для того чтобы система управления персоналом благоприятно влияла на рост рыночной стоимости компаний используют различные методы планирования и контроллинга.

Основное преимущество системы планирования заключается в непосредственном участии персонала, как элемента стоимости кадровый потенциал внутри. Это достигается за счет следующих инструментов и методов:

- самостоятельное составление каждым работником индивидуальных месячных, квартальных планов;
- рассмотрение и утверждение планов вышестоящим руководством;
- систематическая корректировка планов и их уточнение.

Конечная результирующая функция контроллинга направлена на выявление наиболее эффективных направлений деятельности предприятия и постановку диагноза проблемы в тех областях деятельности, где эффективность невелика.

С учетом того, что в управлении стоимостью задействован кадровый потенциал, одним из основных элементов концепции управления стоимостью компании является система вознаграждения (мотивации), которая осуществляет воздействие на сотрудников для достижения главной цели компании. Она представляет собой совокупность методов стимулирования и вознаграждения сотрудников.

Мотивация представляет собой процесс создания системы условий или мотивов, которые влияют на поведение человека и направляют его в нужную для организации сторону, которые регулируют его интенсивность, пределы, которые побуждают к проявлению добросовестности, настойчивости, старательности в достижении целей.

Одна из основных задач системы вознаграждения персонала в рамках стоимостного подхода к управлению бизнесом заключается в формировании специфического стоимостного мышления в коллективе на всех уровнях принятия управленческих и функциональных решений. Для этого необходимо наличие единого и наглядного для всех ориентира деятельности, от которого зависит благосостояние не только учредителей или акционеров, но и персонала, непосредственно участвующего в создании компании, в ее управлении, а руководство компании может видеть сущность кадров и кадровый потенциал внутри. Это достигается за счет следующих инструментов и методов:

- самостоятельное составление каждым работником индивидуальных месячных, квартальных планов;
- рассмотрение и утверждение планов вышестоящим руководством;
- систематическая корректировка планов и их уточнение.

Конечная результирующая функция контроллинга направлена на выявление наиболее эффективных направлений деятельности предприятия и постановку диагноза проблемы в тех областях деятельности, где эффективность невелика.

С учетом того, что в управлении стоимостью задействован кадровый потенциал, одним из основных элементов концепции управления стоимостью компании является система вознаграждения (мотивации), которая осуществляет воздействие на сотрудников для достижения главной цели компании. Она представляет собой совокупность методов стимулирования и вознаграждения сотрудников.

Мотивация представляет собой процесс создания системы условий или мотивов, которые влияют на поведение человека и направляют его в нужную для организации сторону, которые регулируют его интенсивность, пределы, которые побуждают к проявлению добросовестности, настойчивости, старательности в достижении целей.

Одна из основных задач системы вознаграждения персонала в рамках стоимостного подхода к управлению бизнесом заключается в формировании специфического стоимостного мышления в коллективе на всех уровнях принятия управленческих и функциональных решений. Для этого необходимо наличие единого и наглядного для всех ориентира деятельности, от которого зависит благосостояние не только учредителей или акционеров, но и персонала, непосредственно участвующего в создании стоимости - показателя экономической прибыли (EVA). Внедрение данного показателя направлено на достижение основных ведущих принципов вознаграждения и мотивации, которые представлены в таблице 1.

Таблица 1 - Ведущие принципы вознаграждения и мотивации

Принципы вознаграждения и мотивации	Содержание принципов вознаграждения и мотивации
Сбалансированность интересов менеджеров и учредителей (акционеров)	Размер вознаграждений, зарабатываемых менеджерами, следует поставить в прямую зависимость от изменения благосостояния собственников компании
Достаточность мотивации	Величина стимулов, побуждающих менеджеров прилагать усилия к росту благосостояния собственников компании, должна быть достаточно значимой
Ограничения риска увольнений менеджеров	Схемы премирования управленческого персонала надо строить с учетом лимитирования риска неполучения менеджерами вознаграждений до уровня, при котором вероятность их ухода из компании под воздействием неблагоприятных внешних факторов велика

В целом, исследуя систему управление персоналом, как инструмент управления стоимостью компаний, следует отметить, что в ближайшее время роль персонала компаний в сфере ее стоимости будет усиливаться по следующим направлениям:

- развитие стратегического менеджмента и контроллинга;
- развитие функциональных возможностей для поддержки компании;
- внедрение современных и передовых принципов корпоративной культуры;
- привлечение и удержание квалифицированных сотрудников компании;
- стратегическое управление персоналом;
- внедрение эффективных систем вознаграждения персонала с учетом его реального трудового вклада в становление и развитие компании.

Технология построения системы оплаты труда достигается выполнением ряда этапов:

- анализ рабочих мест (детальный анализ должностных обязанностей сотрудника, условий труда);
- мониторинг исследований, проведенных в области компенсационной политики в организациях с аналогичными характеристиками и показателями;
- разработка принципов ранжирования должностей в зависимости от сложности выполняемых функций, ответственности, условий, квалификации, опыта работы;
- создание тарифно-квалификационной сетки, в соответствии с принципами ранжирования персонала компании;
- составление (оптимизация) штатного расписания компании, в соответствии с разработанной тарифно-квалификационной сеткой;
- составление (оптимизация) премиального положения компании, где должны быть определены способы премирования и ключевые показатели работы каждого подразделения (сотрудника);
- непосредственное внедрение системы оплаты труда.

Система премирования является дополнительным источником поощрения персонала, призванным справедливо и эффективно распределить добавленную стоимость между работниками предприятия, учредителями, акционерами и инвесторами.

В рамках проведенного исследования было определено, что грамотно разработанная методология вознаграждения персонала, современной компании позволит:

- четко согласовать цели работы конкретного сотрудника, структурного подразделения и компании в целом, а также способы их достижения;
- решить проблемы с текучестью кадров и нехваткой кадров, удерживая высококвалифицированных специалистов, «заточенных» под конкретную компанию;
- сократить временные и финансовые затраты на поиск, подбор и адаптацию персонала;
- сформировать сплоченный коллектив единомышленников, поддерживать в нем уверенность в профессиональной востребованности со стороны работодателя и желание работать в данной компании эффективно, с полной отдачей, с мотивацией на результат.

В организации личных мотивов и стимулов, а также заработной платы, прежде всего, есть ряд проблем и недостатков, которые необходимо устранять, используя основные фундаментальные идеи классических теорий потребностей и мотиваций, а также отечественный и зарубежный опыт организации стимулирования труда на современных предприятиях.

В настоящее время в Казахстане наибольшая социальная напряженность связана с проблемой оплаты труда, являющейся определяющим стимулом развития производства и экономического роста. Вопросы оплаты труда зачастую вызывают социальную напряженность в обществе. В этой связи особую актуальность приобретает укрепление стимулов к труду за счет активизации заработной платы.

В результате проведенного исследования управленческих и финансовых механизмов, обеспечивающих рост производительности труда и стоимости компании через систему вознаграждения и мотивации персонала, можно сделать вывод о двух вариантах преобразований:

- о модернизации действующей тарифной системы в направлении расширения социальных функций;
- о построении новой системы оплаты труда, позволяющей изначально учесть возрастающее негативное воздействие производственной среды, появление новых, более сложных функций, связанных с освоением современных технологий, повышение уровня знаний, в частности, в области информационного обеспечения производственного процесса.

Список литературы

1. Баркалова Е.В., Булгакова Е.Н. Мотивация работников на основе показателей экономической прибыли. Информационный сайт по экономике., Интернет ресурс: <http://www.ekportal.ru>.
2. Баркова Е. Стоимость компании напрямую зависит от квалификации ее сотрудников. Интернет ресурс: <http://www.dela.ru>.
3. Матвиенко В.А. Критерии эффективности и показатели деятельности HR-службы. Воронежский центр тренинга. Интернет ресурс: <http://www.kadry.ru>.
4. Мотивация персонала как элемента стоимости компании. Пермский аналитический центр. Интернет ресурс: <http://www.kadry.ru>.

ВЫЯВЛЕНИЕ ВОЗМОЖНОСТЕЙ ДЛЯ ОПТИМИЗАЦИИ РАЗДЕЛЕНИЯ ТРУДА НА ВЫСОКОТЕХНОЛОГИЧНЫХ ПРЕДПРИЯТИЯХ АВИАЦИОННОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ

Комарова Н.В.

доцент, кандидат технических наук, Московский Авиационный Институт
(национальный исследовательский университет)

Для решения многовариантной задачи оптимизации пооперационного разделения труда на сборочном конвейере необходимо применять математические методы. Наиболее пригодным является теория графов, методы линейного и динамического программирования, эвристический или логический методы. К задачам этого направления относится оптимизация функционального разделения труда между отдельными категориями рабочих: например разделение труда между слесарями-сборщиками и транспортными рабочими на машиностроительном предприятии.

С ростом технического уровня производств изменяется содержание труда рабочих, обслуживающих высокотехнологичное производство. Повышение степени непрерывности производственных процессов, внедрение систем бережливого производства, автоматических средств выполнения различных функций расширяет сферу приложения труда обслуживающих рабочих. Одновременно вследствие конструктивных изменений оборудования, концентрации технологических операций, применения новых, более совершенных электронных, телемеханических и других систем усложняются выполняемые работы.

Изменение роли и содержания функций обслуживания определяет необходимость нового подхода к формам и методам организации труда рабочих, занятых обслуживанием производства. Функции обслуживания можно условно разделить на две группы:

- выполняемые в ходе технологического процесса или тесно с ним связанные (транспортные и погрузочно-разгрузочные, наладочные, межремонтные, контроль качества, обслуживания инструментов);
- осуществляемые обособленно по отношению к технологическому процессу, например, изготовление и поддержание в рабочем состоянии инструмента и другой технологической оснастки.

Рабочие, занятые текущим обслуживанием, закрепляются, как правило, не за одним рабочем местом, а за зоной обслуживания (группой рабочих мест, станков, линией, участком, цехом и т.д.). Поэтому при решении вопросов организации труда необходимо учитывать работу не только в зоне обслуживания, но и на месте непосредственного выполнения работ. Это обстоятельство в значительной мере предопределяет необходимость регламентации труда обслуживающих рабочих: разработку маршрутов и расписание обслуживания.

Время осуществления работ по обслуживанию производства за исключением тех, которые производятся без остановки оборудования, должно максимально учитываться во времени технологических и организационно-необходимых перерывов. Эта особенность определяет специфику разработки регламента обслуживанию по отношению к основному технологическому процессу на предприятии.

Регламент труда обслуживающих рабочих необходим в первую очередь для функции, выполняемых в ходе технологического процесса. Для транспортных, наладочных, межремонтных работ разработка регламента является сложной многовариантной задачей, ибо нужно отразить во времени и пространстве связь функций обслуживания с технологическим процессом.

При ее решении количественно обосновываются маршруты передвижения рабочих или транспортных средств по закрепленной зоне, расписания обслуживания, методы обслуживания и расположение оборудования, число обслуживаемых рабочих мест. Эту задачу невозможно выполнить традиционными методами без использования прикладной математики.

Одно из направлений улучшения организации рабочих мест – регламентация транспортного обслуживания. На выполнение погрузочно-разгрузочных, транспортных и складских работ приходится 20% общих трудовых затрат.

Рост объемов производства вызывает соответствующее увеличение грузовых потоков на предприятии. Общий объем подъемно-транспортных работ, выполняемых на среднем машиностроительном заводе, составляет несколько миллионов тонн, а на крупном — сотни миллионов тонн в год, причем около 65% грузов перемещается безрельсовым транспортом. Вследствие недостатков в организации труда внутрисменные простои автомобилей, тягачей, электротележек и других транспортных средств достигают 50% и более. Это крайне отрицательно сказывается на производительности труда и себестоимости работ заводского транспорта, доля которой в общей себестоимости продукции машиностроения превышает 20%.

Одной из существенных причин недостаточного использования рабочей силы и транспортных средств являются несвоевременное получение информации о ходе производственного процесса, большая трудоемкость ее обработки при определении потребности подразделения в предметах труда и при составлении маршрутов межцеховых и внутрицеховых перевозок. Поскольку в большинстве случаев грузопотоки нестабильны и в соответствии с производственной необходимостью подвержены существенным изменениям, как по величине, так и по направлению, организацию внутризаводского транспортного обслуживания приходится периодически изменять. Создание математической модели и ее компьютерная реализация, позволяют предприятиям разработать регламент обслуживания на качественно новом принципе и с минимальной трудоемкостью.

С недавнего времени в ряде публикаций высказывается мнение о новом подходе к пониманию норм труда как совокупности трудовых обязанностей работника, установленных работодателем на рабочем месте работника и определяемых техническими, организационными и экономическими условиями работы предприятия.

При таком подходе понятие нормы труда не ограничивается только количественной характеристикой трудовых затрат, т.е. не исчерпывается только нормами времени, выработки, численности, обслуживания, но также включает нормы расходования материалов, полуфабрикатов, инструмента, качества продукции (работы), использования оборудования (механизмов), ритмичности работы и т.п.

Таким образом, нормы труда – это целая совокупность требований к работнику со стороны работодателя, четко им определенная, которые работник обязан выполнять при надлежащем создании условий для этого со стороны работодателя. Причем в современных условиях, иногда соблюдение

качественных характеристик трудовых обязанностей может быть намного важнее для предприятия, чем количественных. Особенно это относится к труду инженеров, менеджеров, экономистов, высококвалифицированных рабочих, занятых на ответственных работах с дорогостоящей продукцией, особо сложными и высокоточными изделиями и т.п.

Норма трудовых затрат – это совокупность трудовых обязанностей работника на рабочем месте, выраженная набором количественно измеряемых показателей или описательными характеристиками и требуемая от работника работодателем при выполнении им работы или изготовлении продукции.

Это направление предполагает расчет норм обслуживания и численности, разработку нормативов времени, определение режимов обработки и норм времени. Обслуживание оборудования можно разделить на обслуживание в случайные промежутки времени и на синхронизированное сопровождение. Математические методы целесообразно применять в первую очередь для систем с обслуживанием в случайные промежутки времени. Особенность организации труда рабочих, обслуживающих оборудование при такой системе, заключается в том, что операции по обслуживанию выполняются нерегулярно, в любое время могут возникнуть простои оборудования и рабочих мест в ожидании обслуживания, возможны простои рабочих в ожидании требований на обслуживание. Подобная схема взаимодействия рабочих и оборудования называется схемой «с возможным ожиданием обслуживания».

Результаты анализа, проведенного на предприятиях машиностроения, показали, что по схеме «с возможным ожиданием обслуживания» организован труд не менее 25% общего числа рабочих, обслуживающих высокотехнологичное производство. По этой же схеме работают также основные рабочие-многостаночники. Несмотря на существенные различия в трудовых функциях рабочих-многостаночников, общим для них является обслуживание одним рабочим нескольких единиц оборудования или рабочих мест, на которых в случайные промежутки времени появляется потребность в обслуживании или возникают простои оборудования и рабочих. Это обуславливает единый методологический подход к расчету норм обслуживания и норм численности указанной категории рабочих. Величина простоев зависит от соотношения численности обслуживающих рабочих и объектов обслуживания. При нормировании труда, организованного по схеме «с возможным ожиданием обслуживания», нужно определить такие нормы обслуживания и нормы численности, которые обеспечили бы минимум затрат как оборудования, так и рабочих от простоев. Назовем эти нормы экономически оптимальными.

Таким образом, можно сделать следующий вывод: в настоящее время для будущего российских высокотехнологичных авиационных предприятий исключительно важной проблемой является разработка концептуального подхода к системе принятия организационных решений на основе прогрессивных норм и нормативов, которая позволит находить оптимальные решения по труду.

Список литературы

1. Комарова Н.В. Моделирование и оптимизация трудовых процессов авиационного предприятия с использованием математических методов и теории планирования эксперимента. Материалы международной конференции: «Авиация и космонавтика» Секция: Экономические проблемы аэрокосмического комплекса. Москва, 2014
2. Комарова Н.В. Исследование стратегии выхода из кризиса авиационной промышленности. II Международная научно-практическая конференция «Перспективы развития экономики и менеджмента» г. Челябинск. 2015.
3. Комарова Н.В. Исследование состояния и развития управления высокотехнологичным машиностроительным производством на российских предприятиях авиастроения. Материалы Международной научно-практической конференции «Экономика и менеджмент: от вопросов к решениям» г. Томск, 2016г
4. Комарова Н.В., Миускова Р.П. Оптимизация организационных решений в высокотехнологичном производстве с целью повышения производительности труда. М., Вестник МАИ, 2010г.

СЕКЦИЯ №23.

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ НАРОДОНАСЕЛЕНИЯ И ДЕМОГРАФИЯ

**СЕКЦИЯ №24.
ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ КАЧЕСТВОМ**

ПЛАН КОНФЕРЕНЦИЙ НА 2017 ГОД

Январь 2017г.

IVМеждународная научно-практическая конференция **«Актуальные вопросы экономики, менеджмента и финансов в современных условиях»**, г. Санкт-Петербург

Прием статей для публикации: до 1 января 2017г.

Дата издания и рассылки сборника об итогах конференции: до 1 февраля 2017г.

Февраль 2017г.

IVМеждународная научно-практическая конференция **«Актуальные проблемы менеджмента и экономики в России и за рубежом»**, г. Новосибирск

Прием статей для публикации: до 1 февраля 2017 г.

Дата издания и рассылки сборника об итогах конференции: до 1 марта 2017г.

Март 2017г.

IVМеждународная научно-практическая конференция **«Вопросы современной экономики и менеджмента: свежий взгляд и новые решения»**, г. Екатеринбург

Прием статей для публикации: до 1 марта 2017 г.

Дата издания и рассылки сборника об итогах конференции: до 1 апреля 2017г.

Апрель 2017г.

IVМеждународная научно-практическая конференция **«Актуальные вопросы экономики и современного менеджмента»**, г. Самара

Прием статей для публикации: до 1 апреля 2017 г.

Дата издания и рассылки сборника об итогах конференции: до 1 мая 2017г.

Май 2017г.

IVМеждународная научно-практическая конференция **«Вопросы и проблемы экономики и менеджмента в современном мире»**, г. Омск

Прием статей для публикации: до 1 мая 2017г.

Дата издания и рассылки сборника об итогах конференции: до 1 июня 2017г.

Июнь 2017г.

IVМеждународная научно-практическая конференция **«Тенденции развития экономики и менеджмента»**, г. Казань

Прием статей для публикации: до 1 июня 2017г.

Дата издания и рассылки сборника об итогах конференции: до 1 июля 2017г.

Июль 2017г.

IVМеждународная научно-практическая конференция **«Перспективы развития экономики и менеджмента»**, г. Челябинск

Прием статей для публикации: до 1 июля 2017г.

Дата издания и рассылки сборника об итогах конференции: до 1 августа 2017г.

Август 2017г.

IVМеждународная научно-практическая конференция **«Экономика и менеджмент: от теории к практике», г. Ростов-на-Дону**

Прием статей для публикации: до 1 августа 2017г.

Дата издания и рассылки сборника об итогах конференции: до 1 сентября 2017г.

Сентябрь 2017г.

IVМеждународная научно-практическая конференция **«Современный взгляд на проблемы экономики и менеджмента», г. Уфа**

Прием статей для публикации: до 1 сентября 2017г.

Дата издания и рассылки сборника об итогах конференции: до 1 октября 2017г.

Октябрь 2017г.

IVМеждународная научно-практическая конференция **«Экономика, финансы и менеджмент: тенденции и перспективы развития», г. Волгоград**

Прием статей для публикации: до 1 октября 2017г.

Дата издания и рассылки сборника об итогах конференции: до 1 ноября 2017г.

Ноябрь 2017г.

IVМеждународная научно-практическая конференция **«О некоторых вопросах и проблемах экономики и менеджмента», г. Красноярск**

Прием статей для публикации: до 1 ноября 2017г.

Дата издания и рассылки сборника об итогах конференции: до 1 декабря 2017г.

Декабрь 2017г.

IVМеждународная научно-практическая конференция **«Развитие экономики и менеджмента в современном мире», г. Воронеж**

Прием статей для публикации: до 1 декабря 2017г.

Дата издания и рассылки сборника об итогах конференции: до 1 января 2018г.

С более подробной информацией о международных научно-практических конференциях можно ознакомиться на официальном сайте Инновационного центра развития образования и науки www.izron.ru (раздел «Экономика и менеджмент»).

ИННОВАЦИОННЫЙ ЦЕНТР РАЗВИТИЯ ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ
INNOVATIVE DEVELOPMENT CENTER OF EDUCATION AND SCIENCE



**Актуальные вопросы экономики, менеджмента и
финансов в современных условиях**

Выпуск IV

**Сборник научных трудов по итогам
международной научно-практической конференции
(11 января 2017 г.)**

г. Санкт-Петербург

2017 г.

Печатается в авторской редакции
Компьютерная верстка авторская

Подписано в печать 10.01.2017.
Формат 60×90/16. Бумага офсетная. Усл. печ. л. 19,1.
Тираж 250 экз. Заказ № 012.

Отпечатано по заказу ИЦРОН в ООО «Ареал»
603000, г. Нижний Новгород, ул. Студеная, д. 58.