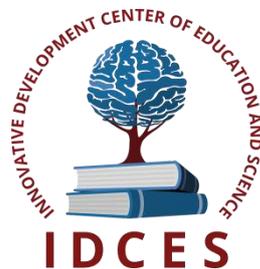


ИННОВАЦИОННЫЙ ЦЕНТР РАЗВИТИЯ ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ
INNOVATIVE DEVELOPMENT CENTER OF EDUCATION AND SCIENCE



Перспективы развития экономики и менеджмента

Выпуск IV

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

г. Челябинск

2017 г.

Перспективы развития экономики и менеджмента, / Сборник научных трудов по итогам международной научно-практической конференции. № 4 г. Челябинск, 2017. 119 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 Бескорвайная 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 IV Международной научно-практической конференции «**Перспективы развития экономики и менеджмента**», г. **Челябинск** 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).....7

ПРЕИМУЩЕСТВА И НЕДОСТАТКИ УПРАВЛЕНЧЕСКОГО АНАЛИЗА
В УСЛОВИЯХ РЫНОЧНОЙ ЭКОНОМИКИ

1 Алиева М.Ю., 2 Магомедова А.Т.7

MANAGERIAL ANALYSIS AND IT`S FEATURES

Alieva M., Magomedova A.7

КАЧЕСТВО ЖИЗНИ КАК УСЛОВИЕ ЭФФЕКТИВНОГО ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ
ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО КАПИТАЛА В КИТАЕ

Муратова А.Ш.10

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ МАРКЕТИНГА В СИСТЕМЕ УПРАВЛЕНИЯ
БАНКОМ

Цхададзе Н.В.14

СЕКЦИЯ №2.

ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ НАРОДНЫМ ХОЗЯЙСТВОМ

(СПЕЦИАЛЬНОСТЬ 08.00.05).....21

СОВРЕМЕННЫЕ ТРЕНДЫ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ КОНВЕРГЕНТНЫХ
РЕДАКЦИЙ СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ

Бирюков В.А.21

ИССЛЕДОВАНИЕ ОСОБЕННОСТЕЙ МЕХАНИЗМА ПРОЕКТНОГО
ФИНАНСИРОВАНИЯ В РОССИИ

Гарбузова К.А., Ковалева Т.В.23

НЕКОТОРЫЕ АСПЕКТЫ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СВОБОДНОЙ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ
ЗОНЫ В РЕСПУБЛИКЕ КРЫМ

Горячих М.В.27

ЗЕМЛЕУСТРОЙСТВО РОССИИ В XXI ВЕКЕ

Гречихин В. Н.29

МЕТОДИКА НЕФИНАНСОВОЙ ПОДДЕРЖКИ ЭКСПОРТНО-
ОРИЕНТИРОВАННОГО МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА, ПРОЕКТНЫЙ ПОДХОД

Гусева М.Н., Лялин А.М., Брикошина И.С., Никитина Е.В.31

METHODOLOGY NON-FINANCIAL SUPPORT OF EXPORT ORIENTED SUBJECTS
OF SMALL AND AVERAGE BUSINESS, PROJECT APPROACH

Guseva M., Lyalin A., Brikoshina I., Nikitina E.31

СПЕЦИФИКА И ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ
ДИСТРИБЬЮТЕРСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В РОССИИ

Низовцев А.А., Шапкин В.В.36

КОММУНИКАТИВНАЯ ПОЛИТИКА ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННОГО
КОМПЛЕКСА

Пенкина Н.В., Чернявская О.В.40

УРОВНИ УПРАВЛЕНИЯ ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННЫМ КОМПЛЕКСОМ
В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Пенкина Н.В.42

ФОРМИРОВАНИЕ МОДЕЛЕЙ ОБЩЕСТВЕННОГО КОНТРОЛЯ В СФЕРЕ
ЖИЛИЩНО-КОММУНАЛЬНОГО КОМПЛЕКСА, КАК ЭФФЕКТИВНОЙ ОСНОВЫ
РАЗВИТИЯ ГРАЖДАНСКОГО ОБЩЕСТВА В РОССИИ

1 Филюшина К.Э., 1 Труш Е.А., 1 Добрынина О.И., 2 Минаев Н.Н.44

СЕКЦИЯ №3.	
ФИНАНСЫ, ДЕНЕЖНОЕ ОБРАЩЕНИЕ И КРЕДИТ (СПЕЦИАЛЬНОСТЬ 08.00.10)	46
ПОИСК НОВЫХ КАНАЛОВ ФИНАНСИРОВАНИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ТЮЗОВ: ИСТОРИЧЕСКИЕ ПРЕДПОСЫЛКИ И СОВРЕМЕННОСТЬ	46
SEARCH OF NEW CHANNELS OF FINANCING OF ACTIVITY OF THEATRES FOR YOUNG AUDIENCE: HISTORICAL PREREQUISITES AND PRESENT	
Ивлева О.Е.	46
ФУНДАМЕНТАЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ КОМПАНИИ НА ПРИМЕРЕ ПАО «МТС» И ПАО «МЕГАФОН»	
Ишбаев А.А., Исмагилова А.С.	51
ОЦЕНКА КРЕДИТОСПОСОБНОСТИ КОМПАНИЙ НЕФИНАНСОВОГО СЕКТОРА НА ОСНОВЕ РОССИЙСКОЙ РЕЙТИНГОВОЙ МЕТОДОЛОГИИ	
Семьяшкин Е.Г.	54
СЕКЦИЯ №4.	
БУХГАЛТЕРСКИЙ УЧЁТ, СТАТИСТИКА (СПЕЦИАЛЬНОСТЬ 08.00.12)	61
ВНЕДРЕНИЕ УПРАВЛЕНЧЕСКОГО УЧЁТА В ТОРГОВУЮ ОТРАСЛЬ	
Гаврик А.О.	61
СЕКЦИЯ №5.	
МАТЕМАТИЧЕСКИЕ И ИНСТРУМЕНТАЛЬНЫЕ МЕТОДЫ ЭКОНОМИКИ (СПЕЦИАЛЬНОСТЬ 08.00.13)	64
СЕКЦИЯ №6.	
МИРОВАЯ ЭКОНОМИКА (СПЕЦИАЛЬНОСТЬ 08.00.14)	64
СЕКЦИЯ №7.	
БАНКОВСКОЕ И СТРАХОВОЕ ДЕЛО	64
СЕКЦИЯ №8.	
ИННОВАЦИОННЫЕ ПОДХОДЫ В СОВРЕМЕННОМ МЕНЕДЖМЕНТЕ	64
ЭКСПЕРТНЫЕ СИСТЕМЫ КАК РАЗНОВИДНОСТЬ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫХ СИСТЕМ И ВИРТУАЛЬНОГО РАЗУМА	
Макаров В.В., Ершов В.В.	65
СЕКЦИЯ №9.	
ВОПРОСЫ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ В СОВРЕМЕННОЙ ЭКОНОМИКЕ	67
СЕКЦИЯ №10.	
МИРОВАЯ ЭКОНОМИКА И МЕЖДУНАРОДНЫЕ ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ОТНОШЕНИЯ	67
ОТРАСЛЕВЫЕ ОСОБЕННОСТИ ПРИВЛЕЧЕНИЯ ИНОСТРАННЫХ ИНВЕСТИЦИЙ В ЭКОНОМИКУ РФ (НА ПРИМЕРЕ СТРОИТЕЛЬНОГО КОМПЛЕКСА)	
Бризицкая А.В., Гамбарян М.А.	67
ЧЕЛОВЕЧЕСКИЙ ПОТЕНЦИАЛ КАК ЦЕЛЬ К САМОРАЗВИТИЮ, ДОСТУПНАЯ ЛЮБОМУ ИНДИВИДУ ИЛИ ИСКЛЮЧИТЕЛЬНАЯ ПРИВИЛЕГИЯ ДЛЯ ИЗБРАННЫХ В НАШЕ «СВОБОДНОЕ ВРЕМЯ»	
1 Бурьянова Н.В., 2 Литюк А.С.	71
СЕКЦИЯ №11.	
МАРКЕТИНГ	77
РАЗРАБОТКА МАРКЕТИНГОВОЙ СТРАТЕГИИ ОРГАНИЗАЦИИ	
Симонова Д.А., Тухканен Т.Н.	78

СЕКЦИЯ №12.	
PR И РЕКЛАМА	80
СЕКЦИЯ №13.	
ОПЕРАЦИОННЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ	80
СЕКЦИЯ №14.	
ПРОБЛЕМЫ МАКРОЭКОНОМИКИ	80
К АРХИТЕКТУРЕ НАЦИОНАЛЬНОЙ КРИПТОВАЛЮТЫ	
Щербаков А.Ю.	80
СЕКЦИЯ №15.	
ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ	
СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИХ ОТНОШЕНИЙ	82
ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ПРОЦЕССОВ УПРАВЛЕНИЯ ДОКУМЕНТАЦИЕЙ	
Руднева Е.И.	82
СЕКЦИЯ №16.	
СТРАТЕГИЧЕСКИЙ МЕНЕДЖМЕНТ	85
ФОРМИРОВАНИЕ КОМФОРТНОЙ ЖИЛИЩНОЙ СРЕДЫ КАК ПРИОРИТЕТНОЕ	
НАПРАВЛЕНИЕ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ МУНИЦИПАЛЬНЫХ ОБРАЗОВАНИЙ	
(НА ПРИМЕРЕ Г. АЛЬМЕТЬЕВСКА)	
Багманова И.Р.	85
СЕКЦИЯ №17.	
ТЕОРИЯ УПРАВЛЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКИМИ СИСТЕМАМИ	87
ПРОБЛЕМЫ УСЛОЖНЕНИЯ ЗАДАЧ ПО ОБЕСПЕЧЕНИЮ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ	
БЕЗОПАСНОСТИ ХОЗЯЙСТВЕННОЙ СИСТЕМЫ В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛИЗАЦИИ	
Харламова А.А.	87
СЕКЦИЯ №18.	
ТЕОРИЯ СОВРЕМЕННОГО МЕНЕДЖМЕНТА	89
СОЦИАЛЬНЫЕ И ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ СИСТЕМЫ	
ЗДРАВООХРАНЕНИЯ	
Даниелян А.А.	90
СЕКЦИЯ №19.	
УПРАВЛЕНИЕ И РАЗВИТИЕ ПЕРСОНАЛА	92
ЧЕЛОВЕЧЕСКИЙ КАПИТАЛ В ОРГАНИЗАЦИИ	
Салихова А.А.	92
СЕКЦИЯ №20.	
ФИНАНСЫ И НАЛОГОВАЯ ПОЛИТИКА	95
СЕКЦИЯ №21.	
ЭКОНОМИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ РЕГИОНАЛЬНОГО РАЗВИТИЯ	95
ИССЛЕДОВАНИЕ УРОВНЯ ЖИЗНИ НАСЕЛЕНИЯ СТРАН	
АЗИАТСКО-ТИХООКЕАНСКОГО РЕГИОНА	
Авдеева А.С.	95
ВЛИЯНИЕ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ РЕГИОНА	
НА СОСТОЯНИЕ НАЦИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ	
НА ПРИМЕРЕ ПРИМОРСКОГО КРАЯ	
Богданова Д.М.	98

INFLUENCE OF FOREIGN ECONOMIC ACTIVITY OF THE REGION ON THE STATE OF NATIONAL ECONOMIC SAFETY ON THE EXAMPLE OF THE PRIMORYE TERRITORY Bogdanova D. M.....	98
ПРОБЛЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ МУНИЦИПАЛЬНЫМИ ОБРАЗОВАНИЯМИ И ПУТИ ИХ РЕШЕНИЯ Сучкова О.П.	105
СЕКЦИЯ №22.	
ЭКОНОМИКА ТРУДА И УПРАВЛЕНИЕ ПЕРСОНАЛОМ	107
ОСОБЕННОСТИ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ В ОРГАНИЗАЦИЯХ СФЕРЫ УСЛУГ Москвичёв М.С.	107
ВЛИЯНИЕ ВОЗРАСТА РАБОТНИКОВ НА ОТНОШЕНИЕ К НИМ НА РЫНКЕ ТРУДА СТОЛИЦЫ УРАЛА Раменский С.Е., Раменская Г.П. *, Раменская В.С.**	110
СЕКЦИЯ №23.	
ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ НАРОДОНАСЕЛЕНИЯ И ДЕМОГРАФИЯ	114
СЕКЦИЯ №24.	
ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ КАЧЕСТВОМ	114
УСТРАНЕНИЕ ПОТЕРЬ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ ИНСТРУМЕНТОВ СИСТЕМЫ «БЕРЕЖЛИВОГО ПРОИЗВОДСТВА» Васильченко В.С., Ледаева Н.Я.	114
ПЛАН КОНФЕРЕНЦИЙ НА 2017 ГОД	117

СЕКЦИЯ №1.

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ТЕОРИЯ (СПЕЦИАЛЬНОСТЬ 08.00.01)

ПРЕИМУЩЕСТВА И НЕДОСТАТКИ УПРАВЛЕНЧЕСКОГО АНАЛИЗА В УСЛОВИЯХ РЫНОЧНОЙ ЭКОНОМИКИ

1 Алиева М.Ю., 2 Магомедова А.Т.

1 к.э.н., доцент кафедры «Аудит и экономический анализ», 2 бакалавр

ФГБОУ ВО «Дагестанский Государственный Университет»

MANAGERIAL ANALYSIS AND IT'S FEATURES

Alieva M., Magomedova A..

Аннотация. В современном мире управленческий анализ как способ достижения цели, а именно, максимизация прибыли предприятия и минимизация издержек, является одним из основных. Умение анализировать, делать выводы и своевременно реагировать на ситуацию является главным качеством современного предпринимателя. А для того чтобы своевременно реагировать на ситуацию необходимо иметь достаточную и достоверную информацию о данной ситуации. И главным помощником в этом выступает управленческий анализ.

Рассмотрены вопросы, связанные с особенностями управленческого анализа. Приведены основные понятия, задачи и цели управленческого анализа. Показаны методы управленческого анализа и общая характеристика методологии управленческого анализа. Отмечено, что от правильности и результативности управленческого учета и анализа зависит основной результат – прибыль, убытки, привлечение инвесторов и др.

Ключевые слова: управленческий анализ, задачи, методология, достоинства управленческого анализа.

Annotation. In the modern world, management analysis as a means of achieving the goal, namely, maximizing the profit of an enterprise and minimizing costs, is one of the main. Ability to analyze, draw conclusions and respond in a timely manner to the situation is the main quality of the modern entrepreneur. And in order to respond in a timely manner to the situation, it is necessary to have sufficient and reliable information about this situation. And the main assistant in this is management analysis.

Questions related to the features of management analysis are considered. The main concepts, tasks and goals of management analysis are presented. The methods of management analysis and general characteristics of the methodology of management analysis are shown. It is noted that the main result - profit, losses, attraction of investors, etc., depends on the correctness and effectiveness of management accounting and analysis.

Key words: management analysis, tasks, methodology, advantages of management analysis

Важная задача деятельности предприятия представляет собой переход к управлению финансово-хозяйственной деятельностью на основе анализа экономического состояния с учетом постановки стратегических целей деятельности предприятия, адекватных рыночным условиям, и поиска путей их достижения с помощью решения тактических задач. [1]

Под управленческим анализом понимается комплексный анализ внутренних ресурсов предприятия, направленный на изучение текущего состояния, определение будущей перспективы предприятия.

Эффективное управление предприятием требует организацию качественной и эффективной службы менеджмента. К целям, которой относятся: сбор, обработка информации; текущее, оперативное и стратегическое планирование операционной, инвестиционной и финансовой деятельности организации; обобщение текущей информации внешнем окружении предприятия её конкурентов, в том числе информации маркетингового и финансового характера с целью оценки эффективности деятельности хозяйствующего субъекта и его структурных единиц; создание эффективной службы внутрихозяйственного мониторинга для обеспечения эффективного контроля за выполнением уже созданных стратегических и управленческих планов организации и ее структурных подразделений, аналитического обоснования

практических решений, направленных на корректировку деятельности структурных подразделений организации с целью повышения их управляемости.

Управленческий анализ призван превратить экономическую и неэкономическую информацию в пригодную информацию для принятия эффективных решений на предприятии.

Для того, чтобы понять насколько важен управленческий анализ необходимо знать задачи, которые он выполняет. К ним относятся: логическая обработка данных, сбор, обработка и обобщение факторов влияющих на деятельность предприятия, поиск дополнительных источников дохода предприятия, выявление необходимости в принятии конкретных решений касательно организации бизнес-плана и т.д.

Управленческий анализ — это часть экономического анализа, представляющая собой систему специальных знаний, связанную с исследованием ресурсов предприятия в увязке с его возможностями, складывающимися под влиянием объективных и субъективных факторов, с целью повышения эффективности финансовых результатов и развития тактического и стратегического управления. [3]

Объектом управленческого анализа считается то, на что направлено действие, в данном случае это хозяйственная деятельность предприятия. А субъектом – физическое или юридическое лицо, которое занимается проведением данного анализа.

Целью управленческого анализа является получение основных наиболее информативных параметров, дающий наиболее точный, репрезентативный и общий вид экономического состояния предприятия и результатов ее хозяйственной деятельности.

Цель анализа достигается путем решения взаимосвязанного набора аналитических задач.

Аналитическая задача представляет собой конкретизацию целей анализа с учетом организационных, информационных, технических и методических возможностей проведения анализа. [5]

Аналитические процедуры нацелены на оценку экономической деятельности, обоснование оптимальных управленческих решений на основе выявления неиспользованных возможностей.

От правильности и результативности внутреннего управленческого учета и анализа зависит основной результат - прибыль, которая затем становится объектом финансового анализа. В этом единство целей учета и анализа. Процесс управления - это непрерывный, целенаправленный социально-экономический и организационно-технический процесс, осуществляемый с помощью различных методов и технических средств для достижения поставленных задач.[2]

При проведении управленческого анализа используется как внутренняя, так и внешняя информация, что обуславливает разнообразие используемых методов в ходе аналитических процедур. И выбор этих методов зависит от направления анализа.

Совокупность выбранных специалистом форм и методов, используемых при изучении деятельности предприятия, составляют методику управленческого анализа.

Выделяют множество методов управленческого анализа, таких как: эвристические, экономико-математические, экономические, математические, имитационные и др., которые в свою очередь так же делятся на дополнительные методы, относящиеся к ним.

Методы управленческого анализа применяются в соответствии с этапом, на котором находится анализ на тот момент.

К наиболее часто используемым методам относятся: метод сравнения, метод цепных подстановок, метод абсолютных разниц, метод относительных разниц, метод логарифмирования, интегральный метод, индексный метод, метод коэффициентов. Также велико значение графиков в данном анализе. Так как наглядная иллюстрация текущего состояния предприятия увеличивает шансы оперативного принятия эффективных решений.

Более неформальными, но не менее эффективными методами принятия решений являются эвристические методы экономического анализа. Они в основном используются для прогнозирования состояния предприятия в условиях частичной или полной неопределенности. В данном случае основным источником сведений служит профессиональная интуиция, опыт и качество знаний специалистов и экспертов. Говоря проще, анализ основывается на коллективном или индивидуальном принятии решений, опираясь на знания экспертов.

Любая научная деятельность основывается на тех или иных принципах. Безусловно, и экономический (управленческий) анализ имеет свои принципы. К таковым можно отнести: государственный подход, научный характер, системность и объективность, плановость и оперативность, демократизм и эффективность.

Деятельность, имеющая под собой научную обоснованность и претендующая на признание в обществе (как в социальном, так и экономическом обществе) должна иметь индивидуальные качества, что отличало бы ее от основной однообразной массы. Назовем такие индивидуальные качества особенностями. Такие особенности имеет и управленческий анализ, которые приведены ниже.

К особенностям управленческого анализа во многих учебниках относят как комплексное изучение всех сторон деятельности предприятия, так и использование всех доступных источников информации.

Так же приводят такие особенности и преимущества как: отсутствие регламентации с внешней стороны, максимальная закрытость результатов анализа в целях сохранения коммерческой тайны и т.д.

Конечно, управленческий анализ имеет и свои недостатки, которые представленные ниже в виде таблицы.

Таблица

Недостатки (минусы) в управленческом анализе.

1. Использование внешних и внутренних источников информации.	Не часто, но все же может иметь место недостоверность информации или ее компрометирующий характер, в связи с использованием внешних и внутренних источников.
2. Сложность в оперативном принятии решения. Комплексный подход.	Существует затрудненность в быстром принятии решения из-за необходимости всесторонне изучить ситуацию.
3. Уровень образованности руководителя и его опыт в работе.	В управленческом анализе все зависит от навыков и умений руководителя. А опытные специалисты являются дефицитом.
4. Квалификация персонала.	В связи технологическим, техническим прогрессом трудоспособность некоторых специалистов падает, что может привести к принятию ими не верных решений. Во избежание таких последствий нужна переквалификация сотрудников, что не все компании могут себе позволить.

Управленческий анализ в основном носит прогнозный характер, направлен на оценку деятельности предприятия в будущем.

Содержание управленческого анализа



. Рис.1

Внутренний ретроспективный анализ как бы отвечает на вопрос «как это было?». Он проводится на основании отчетности за определенный период времени.

Внутренний перспективный анализ условно отвечает на вопрос «как это будет?» или «что нас ждет?». Основной задачей данного вида анализа является составление бизнес плана предприятия на основании результатов ретроспективного анализа.

Оперативный анализ представляет собой своевременное и продуктивное принятие решения за короткий промежуток времени.

Заключительной целью управленческого анализа является предоставление информации соответствующим специалистам фирмы, для принятия ими наиболее эффективных решений с учетом полученных данных.

Исходя, из приведенных выше преимуществ можно сделать вывод, что управленческий анализ является наиболее важным этапом в ведении хозяйственной деятельности или в управлении организации. Так как только с помощью управленческого анализа, учитывая все преимущества и недостатки, руководитель может с уверенностью принимать решения оптимизирующие деятельность предприятия.

Список литературы

1. Асанова З.М., Макаревич М.С., Храпова Е.В. Системный подход к управленческому анализу предпринимательской деятельности // В сборнике: Проблемы и перспективы развития лёгкой промышленности и сферы услуг Материалы Всероссийской научно-практической конференции с международным участием. ФГБОУ ВПО "Омский государственный институт сервиса". 2015. С. 52.
2. Вахрушина М.А. Управленческий анализ: учебное пособие. – 5-е изд., стереотипное. – М.: Изд-во «Омега-Л», 2016.
3. Никифорова, Н. А. Управленческий анализ : учебник для магистров / Н. А. Никифорова, В. Н. Тафинцева ; под общ.ред. Н. А. Никифоровой. — М. : Издательство Юрайт, 2013. — 442 с. — Серия : Магистр.
4. Старцева Ю.В. Место конкурентного анализа в управленческом анализе // Сибирский экономический вестник. 2015. № 1. С. 105-114.
5. Ибрагимова П.И., Чернова С.А. Роль эвристических приемов в анализе экономики организаций // В сборнике: Глобальные проблемы модернизации национальной экономики Материалы II Международной научно-практической конференции (заочной). 2013. С. 152-156.
6. Учет и анализ (финансовый и управленческий учет и анализ). Учебное пособие: В. А. Леонгардт — Санкт-Петербург, Феникс, 2015 г.- 448

КАЧЕСТВО ЖИЗНИ КАК УСЛОВИЕ ЭФФЕКТИВНОГО ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО КАПИТАЛА В КИТАЕ

Муратова А.Ш.

3 курс, Институт Международных Отношений

Науч. рук: канд. экон. наук, доцент **Касаева Т.В.**
Институт Международных Отношений

В современных условиях человек является одним из основных экономических ресурсов, а конкурентные преимущества производственно-экономического процесса, как и имеющиеся возможности по его модернизации по большей части связаны с тем, как реализуется накопление и использование человеческого капитала. Накопленный эффективный человеческий капитал имеет значение не только в общенациональном масштабе, но также он значим для каждого отдельного человека, предприятия, региона [1]. Теории устойчивого развития общества и концепция национального богатства базируются на признании человека движущей силой общественного развития. В рыночной экономике человек, выполняя многообразные экономические функции, является носителем производительных сил общества [2]. В структуре производительных сил различают способность к труду и способность к потреблению. Человек, обладая совокупностью разнообразных сил и способностей, представляет собой фактор экономического роста. Вследствие этого концепция человеческого капитала занимает важное место в теории экономического роста [3], и в обществе имеет место всеобщая заинтересованность в развитии человеческого капитала.

В начале XXI века в экономике ведущих стран мира произошли столь значительные изменения, что можно говорить о формировании основ новой экономики – экономики знаний. Специфика экономики, основанной на знаниях, приводит экономическую мысль к новому пониманию позиции человека в общественном производстве. Он, как и прежде, остается единственным активным началом в общественной производительной комбинации, однако теперь является не просто субъектом производительного труда, но выступает в качестве актора, носителя способностей к творческому труду, к производству знаний, обладающего широким кругом разнообразных потребностей [4].

Значение человеческого капитала в условиях глобализации мировой экономики и современного уровня развития цивилизации, как фактора социально-экономического развития на национальном, региональном и транснациональном уровне возрастает. Изменения экономических и социальных условий придало знаниям и навыкам – центральное значение в достижении экономического успеха, как для отдельных личностей, так и для стран и народов. Информационные и компьютерные технологии, глобализация экономической активности и тенденции к большей индивидуальной ответственности и автономии изменили требования, в том числе к обучению [5].

По итогам исследования различных подходов к толкованию понятия «человеческий капитал», обобщив и критически оценив наиболее достоверные научные взгляды экономистов, согласимся со следующим определением «человеческого капитала – это мера сформированных в результате инвестиций и накопленных человеком запасов здоровья, знаний, мотивов, которые при целесообразном использовании приводят к росту производительности труда и доходов [6].

Изложенные аспекты позволяют предложить схему эффективного функционирования человеческого капитала (рис.1). Во-первых, данная схема отображает процесс формирования и воспроизводства человеческого капитала за счет социальных инвестиций со стороны человека (семьи), бизнеса и государства. Во-вторых, социальные инвестиции, осуществляемые человеком (семьей), бизнесом и государством, обуславливают высокое качество жизни, рассматриваемое как условие эффективного функционирования человеческого капитала. В-третьих, на схеме отображен процесс отдачи человеческого капитала, в ходе которого экономическую и иную выгоду получают человек (семья), бизнес и государство [7].

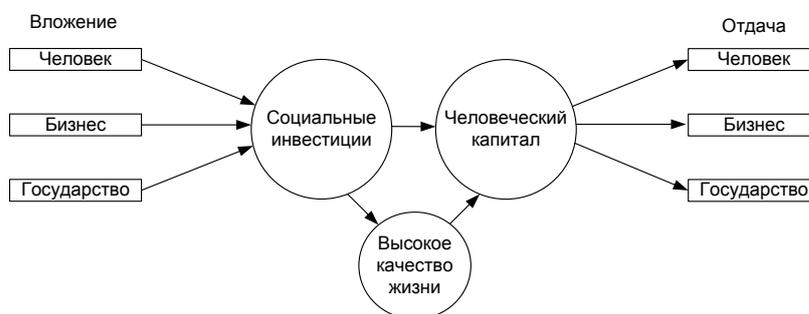


Рис.1 Схема эффективного функционирования человеческого капитала

Вследствие чего происходит приращение человеческого капитала и повышение эффективности функционирования уже существующего человеческого капитала в интересах общества и личности» [8]. Например, чем выше образовательный уровень, тем выше уровень оплаты труда и, соответственно, качество жизни, с другой стороны, чем выше уровень жизни, тем больше возможностей для наращивания объемов человеческого капитала через повышение образовательного уровня, ведение здорового образа жизни и т.д.

Существует несколько определений качества жизни. Пример некоторых из них. Н.А. Денисов, заведующий лабораторией ИМЭИ Минэкономразвития России, определяет категорию «качество жизни» как экономическую и предлагает рассматривать ее содержание как «совокупность характеристик существования и жизнедеятельности современного человека, включающую в себя как материальные, так и основные внешние условия его жизни, отраженные в массовом сознании населения» [9]. По мнению Г.П. Петропавловой, качество жизни – это «комплексная характеристика социально-экономических, политических, культурно-идеологических, экологических факторов и условий существования личности, положения человека в обществе» [10]. Специалисты различных отраслей знаний, исследующие под эгидой Всероссийского научно-исследовательского института технической эстетики эту проблему, рассматривают содержание понятия «качество жизни» как комплекс характеристик жизнедеятельности индивида,

обуславливающих ее оптимальное протекание в конкретное время, в определенных условиях и месте и обеспечивающих адекватность ее параметров основным видам деятельности и потребностям человека [11].

Исходя из того, что качество жизни – это комплексная характеристика условий функционирования человеческого капитала, представляется, что низкое качество жизни в значительной степени затрудняет рост производительности труда, дестимулирует творческое отношение к труду, препятствует профессиональному росту, и, в целом, обесценивает человеческий капитал. При низком качестве жизни невозможно в полной мере воспроизводство и развитие человеческого капитала, так как человек озабочен, прежде всего, проблемами самосохранения и выживания, а не повышением уровня образования, не поддержанием здоровья посредством здорового образа жизни, рекреации, туризма и т.д. [12]. Запасы здоровья же являются неотъемлемым базовым условием эффективного участия человека в трудовых процессах, они непосредственным образом влияют на производительность труда и в целом на процесс экономического роста. Не обладая достаточным уровнем здоровья невозможно плодотворно реализовывать интересы, связанные с трудовой деятельностью. Так, даже имея большой запас мотивов, нельзя получить соответствующие запасы знаний и реализовать их. Таким образом, запас здоровья также определяет возможность использования человеком его трудовых качеств и влияет на производительность труда.

Низкое качество жизни неизбежно ведет к сокращению объемов человеческого капитала. В целом, для стран с низким качеством жизни крайне актуальной является проблема «утечки мозгов». Такие страны не могут обеспечить высокое качество жизни и, вследствие этого, они не могут удержать в стране высококвалифицированные, дефицитные кадры, что, безусловно, тормозит развитие страны в целом. Таким образом, не вызывает сомнения тот факт, что качество жизни - является определяющим, фундаментальным фактором конкурентного преимущества государств в борьбе за трудовые ресурсы.

Известно также, что качество жизни зависит от уровня доходов. Заниженный уровень заработной платы, обуславливая низкое качество жизни, подрывает воспроизводство трудовых ресурсов, ведет к сокращению производительности труда, является мощным ограничителем увеличения покупательной способности населения, а значит, и роста производства. Размер заработной платы зависит от качества труда, квалификации, профессиональной подготовки. Но в масштабах страны государство имеет возможность регулировать размер заработной платы, а соответственно и влиять на качество жизни, через определение минимального размера оплаты труда.

Рассмотрев теоретические аспекты, представляется логичным перейти к изучению качества жизни как условия эффективного функционирования человеческого капитала в Китае.

Китайская минимальная заработная плата - это минимальная месячная заработная плата в Шанхае, которая является самой высокой по сравнению с другими регионами. Китай не устанавливает минимальную заработную плату для всего государства. Вместо этого каждая провинция, город или другие административные единицы устанавливают свой минимум в соответствии с местными экономическими условиями. Минимальная заработная плата в Китае в 2017 году увеличилась до 2300 юаней в месяц с 2190 юаней в 2016 году. Минимальная заработная плата в Китае составляла в среднем 1420 юаней в месяц в 2006 году [13]. Уровень заработной платы имеет тенденцию к росту примерно на 5-10% каждый год.

Государственная статистика КНР утверждает, что средняя заработная плата по стране достигает шестисот-семисот долларов в месяц (рис. 2). Но имеется существенное различие в заработной плате простого служащего из большого количества фабрик и заводов и топ-менеджера IT-компании. Учитывая неизмеримо большие трудовые ресурсы республики и относительно низкий уровень образования населения можно сделать вывод: работники востребованных профессий таких сфер, как финансы, наука, IT-технологии и др., получают заработную плату, которая может сравниться с аналогичной в развитых западных странах.

	Дата	Значение	Единица измерения
Население	31.12.2015	1 374,62	млн чел.
Уровень безработицы	1 кв. 2017 г.	3,97	%
Общая численность безработных	1 кв. 2017 г.	976	тыс. чел.
Занятое население	01.01.2017	776 030	тыс. чел.
Заработная плата	31.12.2015	62 029	кит. юаней/г.

Рис. 2 Показатели рынка труда [14]

До конца 70-х годов плоды экономического роста в значительной степени были сведены к нулю из-за увеличения численности населения, что помешало значительным достижениям в области большей доступности продовольствия, одежды или жилья на душу населения за пределами уровня, достигнутого в 50-х годах. В результате быстрого роста производительности и торговли, вызванного после реформы 80-х годов, жизнь населения Китая начала изменяться в лучшую сторону. После тридцати лет жесткой экономии и предельной производительности китайский народ начал процветать.

Расширение социальной сферы при развитии рыночной экономики страны и повышении жизненного уровня коренного населения, лечение в Китае — векторы, которые имеют приоритеты у правительства. Причем государство строго регулирует деятельность субъектов как внешнего, так и внутреннего рынка республики. В современном мире китайцы сами стараются различными способами повысить качество как своей жизни, так и благосостояние своей семьи. Образование, приобретение жилья, автомобилей, компьютеров, акций и зарубежный туризм стали основными статьями их расходов. Китайцы стали уделять больше внимания моде и правильному питанию. Новое комфортабельное жилье пользуется большим спросом, особенно при нынешнем уровне урбанизации в стране, пользование услугами такси или поездки на собственном автомобиле для всех частью обыденной жизни.

Средний уровень почасовой оплаты труда в производственном секторе Китая теперь выше, чем в Бразилии и Мексике, и быстро приближается к уровню Греции и Португалии. По данным Euromonitor International, в 2005-2016 гг. заработок китайских рабочих утроился. Если учитывать все секторы экономики, то зарплаты в Китае превосходят уровни всех крупных стран Латинской Америки, за исключением Чили, и достигают около 70% от уровня периферийных стран еврозоны. С одной стороны, расчеты свидетельствуют о росте уровня жизни в Китае, чье население составляет около 1,4 млрд человек. Некоторые аналитики считают, что повышение производительности будет способствовать дальнейшему росту зарплат в производственном секторе и позволит обогнать и другие страны. Но с другой – из-за быстрого роста зарплат Китай может начать терять рабочие места, проигрывая конкуренцию другим развивающимся странам [15].

Китай наглядно демонстрирует положительный образец органического совмещения роста экономики страны с непрерывным повышением уровня благосостояния собственного населения. Особенно наглядно это проявилось при применении методов государственного регулирования деятельности хозяйствующих субъектов как внутри страны, так и на внешнем рынке.

Список литературы

1. Касаева Т.В. Региональная специфика воспроизводства человеческого капитала на примере Северо-Кавказского федерального округа // Journal of Economic Regulation. 2016. Т. 7. № 2. С. 94-105.
2. Бурняшева Л.А., Газгиреева Л.Х., Глушко И.В., Городова Т.В., Курушина Е.В., Минакова И.В., Бурдейный А.А., Политова И.П., Фокина О.А., Шмакова М.В., Кузнецова Ю.А. Проблемы социально-экономического развития общества St. Louis, 2013
3. Касаева Т.В. Проблемы и особенности функционирования человеческого капитала в условиях формирования инновационной экономики. Краснодар: Изд-во ЮИМ, 2011.- 167с.

4. Касаева Т.В., Касаев А.Ю. Экономика эффективного человеческого капитала// В сборнике: Развитие экономики и менеджмента в современном мире Сборник научных трудов по итогам международной научно-практической конференции. Воронеж, 2015. С. 22-25
5. Касаева, Т.В., Бондарская, Т.А. Креативный человеческий капитал как движущая силы современной экономики // Вестник Тамбовского университета. Серия: Гуманитарные науки. – 2014. – № 2 (130). – С. 51-56.
6. Касаева Т.В. Особенности и проблемы функционирования человеческого капитала в условиях формирования инновационной экономики / Т. В. Касаева // Монография. – Краснодар: Изд –во ЮИМ, 2011, - С.28
7. Касаева Т.В. Особенности и проблемы функционирования человеческого капитала в условиях формирования инновационной экономики / Т. В. Касаева // Монография. – Краснодар: Изд –во ЮИМ, 2011, - С.90
8. Касаева Т.В. Политэкономические императивы воспроизводства индивидуального человеческого капитала автореферат дис. ... доктора экономических наук : 08.00.01 / Тамбовский государственный университет им. Г.Р. Державина. Тамбов, 2014.
9. Баженов С.А. Качество жизни населения: теория и практика // Уровень жизни населения регионов России. – 2002.-№10 [Электронный ресурс].- Режим доступа: http://www.vcug.ru/doc/j_uzhnrr/2002-10.zip
10. Петропавлова Г.П. Управление качеством жизни населения региона/ Г.П.Петропавлова.- Ростов н/Д: Изд-во Рост. ун-та, 2003.-С.12
11. Баженов С.А. Качество жизни населения: теория и практика // Уровень жизни населения регионов России. – 2002.-№10 [Электронный ресурс].- Режим доступа: http://www.vcug.ru/doc/j_uzhnrr/2002-10.zip
12. Пономаренко В.А. Психологические основания к интегрированию специалистов психотерапевтов и восстановительной медицины в целях реализации концепции «Здоровье здорового человека» / В.А. Пономаренко, В.С. Шинкаренко // Актуальные проблемы восстановительной медицины, курортологии и физиотерапии. Всероссийский форум здравница. Санкт-Петербург, 5-8 октября 2004г.-СПб., 2004.- С.30
13. China Minimum Monthly Wages [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://tradingeconomics.com/china/minimum-wages>
14. Макроэкономическая статистика Китая [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.conomy.ru/macroeconomica/macr-china>
15. Китайский труд стал дороже бразильского и мексиканского [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.vedomosti.ru/economics/articles/2017/02/27/679193-kitaiskii-trud-dorozhe-brazilskogo>

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ МАРКЕТИНГА В СИСТЕМЕ УПРАВЛЕНИЯ БАНКОМ

Цхададзе Н.В.

Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации, г. Москва

Эволюция банковского маркетинга и рынка банковских услуг

Маркетинг в сфере банковских услуг существует и развивается в рамках общих концепций маркетинга.

Общепринятая теория маркетинга выделяет пять основных концепций маркетинга: производственную, товарную, сбытовую, потребительского и холистического маркетинга, базирующихся на различиях в состоянии внешней среды, философии управления компанией, стратегии поведения на рынке.

Концепция холистического маркетинга включает четыре компонента: маркетинг взаимоотношений, интегрированный маркетинг, внутренний маркетинг, социально ответственный маркетинг[3, с 56].

Отличительными характеристиками новой концепции маркетинга являются достижение конкурентных преимуществ в партнерстве, использование онлайн - средств обмена информацией, совместно с потребителем создание новых потребительских ценностей и т.д.

Все это характерно и для маркетинга в сфере банковских услуг, который, существуя в рамках общих концепций, имеет собственную специфику. Впервые концепцию банковского маркетинга стали разрабатывать в США в 1950-е гг. В Западной Европе к необходимости использования маркетинга пришли в 1960-е годы. Широкое распространение маркетинга в банках происходит в середине 1979-х гг.

В России развитие маркетинга в сфере банковских услуг происходит в начале 1990-х годов. Объективной основой появления банковского маркетинга в России стало развитие финансового рынка, появление двухуровневой банковской системы. Из продукт ориентированных организаций банки превратились в рыночно ориентированные. Они начали все больше внимания уделять развитию сферы услуг, стремясь привязать клиента к банку. Маркетинг стал рассматриваться не как новая технология, а как философия ведения бизнеса.

В развитии банковского маркетинга в России можно выделить этапы:

1.1990-1994гг. Период превышение спроса на банковские услуги над предложением.

Число банков выросло с нескольких десятков до порядка 2000. Этот этап отличается отсутствием нормативно - правовой базы банковской деятельности, высокой скоростью обращения денег вследствие инфляции, низкой экономической культурой населения, верившего рекламе, и многими другими признаками переходного периода. Реклама коммерческих банков в это время сыграла роль мощного инструмента, позволившего привлечь за очень короткие сроки значительные финансовые средства физических и юридических лиц. Задача маркетинга этого периода - информирование об услугах, стремление банка выделиться в общем потоке.

2. 1995-1998гг. Уменьшение количества банков, спрос и предложение на банковские услуги находились в равновесном состоянии.

У ряда банков отзываются лицензии на оказание банковских услуг. Спрос и предложение на рынке банковских услуг постепенно пришли в состояние равновесия. Вместе с ростом конкуренции в банковском секторе возникает необходимость стимулирования сбыта банковских продуктов. В этот период практически во всех крупных коммерческих банках появляются службы маркетинга. Их главная задача - формирование положительного имиджа организации. Надо, чтобы тебя не просто заметили, а выбрали. Осознается необходимость разработки долгосрочной стратегии поведения на рынке. Однако развитию этих тенденций помешал экономический кризис (август 1998г.), который серьезно повлиял на банковскую систему России. Крупные коммерческие банки, которые активно работали с клиентами- физическими лицами, оказались в тяжелом положении или потеряли существовать.

3. Сентябрь 1998-1999гг. Реструктуризация банковской системы в местной Программе Правительства Российской Федерации и Банка России «О мерах по реструктуризации банковской системы Российской Федерации»[6], принятой в ноябре 1998г.: значительно сокращено количество неплатежеспособных и проблемных банков. В этот период схоронено ядро банковской системы, восстановлены возможности банков по предоставлению базовых услуг в экономике. Программа реструктуризации банковской системы предусматривала: возврат всех вкладов населения, введение системы страхования депозитов, кредитование реального сектора экономики, допуск к полноценной работе на российском рынке иностранных банков.

4. 2000-2008гг. Оптимизация структуры банковской отрасли.

Основные практические задачи этого периода - укрепление финансового состояния жизнеспособных кредитных организаций и выведение с рынка проблемных банков, повышение уровня капитализации кредитных организаций и качества капитала, расширение деятельности по привлечению средств населения и предприятий, усиление взаимодействия банков с реальной экономикой, формирование конкурентной среды в банковском секторе. Основная задача маркетинга этого периода - формирование положительного имиджа банка, привлечение новых целевых сегментов потребителей.

5. Конец 2008г. по настоящее время. Банковская система в условиях глобального финансового кризиса.

Несмотря на многочисленные негативные последствия кризиса, его отрицательное воздействие на привлечение банками вкладов населения быстро уменьшилось, а в 2009г. этот показатель вернулся на докризисный уровень. Рост доходов населения, ставший естественным продолжением и одновременно движущей силой экономического роста и повышения доверия как клиентов к банкам, так и банков к своим клиентам, привели к резкому скачку объемов кредитования населения и предприятий.

Ухудшение экономической обстановки в России в 2014-2016 гг. обусловлено финансово-экономическим кризисом, вызванным валютным кризисом и структурным кризисом российской экономики.

Международные санкции, ограничивающие доступ многих крупных российских банков к среднесрочному финансированию, а также ужесточение денежно-кредитной политики в связи с ослаблением рубля стали серьезным стрессом для банковской системы.[2,с.8]

В последние годы число банков постепенно сокращается, за период с 2013 по 2015 г. лишились лицензий порядка 300 банков. Эксперты утверждают, что в ближайшие годы в России останется около 500-600 банков.

Что же касается будущего, то ситуация финансово-банковской системе будет зависеть от того, как будет развиваться вся экономика - мировая, российская, региональная. Для банковской системы России в последнее время характерно усиление роли государства. Ужесточаются требования к размерам уставного капитала коммерческих банков, это несет в себе необходимость реорганизации. Конкурентная же борьба за клиентов обострилась - выигрывать будет тот, кто предоставит более выгодные условия по своим продуктам и качественное обслуживание.

Для сохранения жизнеспособности банки вынуждены применять маркетинговую стратегию, разработанную с учетом развития факторов макросреды, поведение потребителей и конкурентов. В рамках маркетинговых стратегий определяются целевые рынки и желаемые позиции банков, отрабатываются как формы воздействия и взаимоотношения с клиентом, так и те предложения, с которыми компания выходит на рынок.

Сущность и специфика банковского маркетинга российских коммерческих банков

Объектом банковской деятельности является оборот денежных средств. Целью является ускорение оборота денежных средств. Маркетинг в банковской сфере направлен на ускорение денежного оборота. Коммерческие банки заинтересованы не только в привлечении вкладов, но и в активном использовании привлеченных средств с помощью кредитования предприятий и населения. Цели маркетинга в этих двух сферах различны: в первой - привлечь клиентов в качестве вкладчиков в банк, во второй - направить ресурсы банка таким предприятиям и организациям, которые использовали бы их с наибольшим эффектом для себя, для банка и экономики в целом. В этом заключается двуединая задача и основная особенность банковского маркетинга (см. рисунок 1).

Задача банковского маркетинга заключается в разработке маркетинговых программ привлечения клиентов и партнеров в различные сферы банковского бизнеса. Несмотря на различие целей (привлечение и размещение средств) маркетинговые программы направлены на создание ценности для потребителей, банков, общества в целом.

Согласно современным представлениям, банковский маркетинг- теория и практика управления всей производственно - сбытовой деятельности банка. Маркетинг в этом контексте рассматривается как управленческая философия банка и стратегия поведения на рынке. Определить банковский маркетинг можно следующим образом:



Рисунок 1. Составляющие банковского маркетинга[7, с.17]

Банковский маркетинг- это комплексная программа поведения банка, включающая два аспекта: анализ рынка и направлений его развития, а также определение способов воздействия на рынок.

Цель банковского маркетинга - повышение конкурентоспособности и прибыльности банка за счет создания необходимых условий для адаптации банка к требованиям финансового рынка, к изменяющимся внешним условиям и потребностям клиентов. Участие банковского маркетинга в создании ценности заключается в решении следующих задач:

- определение потребности и мотивации клиентов;
- найти возможные предложения банка, т.е. формирование микс- маркетинга (продукт, цену, распределение, продвижение);
- разработка стратегии и тактики привлечения клиентов;
- проведение мониторинга воспринимаемой ценности;
- разработка программы взаимодействия с клиентами и партнерами.

Рассмотрим основные задачи маркетинга в процессе создания потребительской ценности.



Рисунок 2. Задачи маркетинга в процессе формирования ценности. [2,с.35].

Маркетинговая деятельность в банке основывается на следующих принципах:

- ориентация на потребности клиентов;
- активное влияние на потребительский спрос;
- комплексность маркетингового процесса в банке (планирование, анализ, регулирование и контроль);
- единство перспективного и текущего банковского маркетинга;
- автономия и участие. Этот принцип определяет сочетание автономной работы структурных подразделений банка и их участия в разработке общей стратегии банковского развития. [6].

Особенности маркетинга в банковской сфере обусловлены спецификой банковского продукта. Банковский маркетинг имеет те же особенности, что и маркетинг в сфере услуг, классические четыре «Н», плюс особенности, характерные для банковских услуг.

Задачи банковского маркетинга лежат в области обслуживания клиентов и играют существенную роль в повышении эффективности бизнес-процессов при внедрении стратегии, ориентированной на рынок, потребности клиентов.



Рисунок 3. Процесс взаимоотношений с клиентами. [7,с.20]

Характерные особенности банковских услуг оказывают влияние на политику маркетинга: отслеживание и адаптация стратегии поведения на рынке к условиям внешней среды, дифференцированный подход к разным группам клиентов, установление и поддержание партнерских доверительных отношений с клиентами.

Реализация задач возможна во взаимодействии бизнес - подразделений банка. Только совместными усилиями всех сотрудников банка можно: предлагать клиентам хорошие услуги по справедливым ценам, совместно с партнерами, клиентами и конкурентами создавать новые ценности, формировать доверие между всеми участниками бизнеса, привлекать и удерживать потребителей.

Показатели эффективности маркетинга в банке

В общем виде эффективность маркетинга определяется как отношение объема дополнительных продаж банковских услуг к расходам на проведение маркетинговых мероприятий в банке. Анализ доходности маркетинга позволяет оптимизировать выделение и распределение ресурсов на развитие банка в целом. Сложность заключается в инициировании процесса изменений во всех структурах банка, начиная от фонд - офисных подразделений и заканчивая центральным аппаратом банка.

Помимо организационных изменений банки должны также вводить систему показателей, отражающих степень удовлетворения потребностей клиентов.

Цель контроля выполнения маркетингового плана - своевременное принятие управленческих решений в случае отклонения от его параметров.

Основными средствами контроля маркетинговой деятельности являются: анализ возможности продаж, анализ доли рынка, анализ соотношений между затратами на маркетинг и продажи, мониторинг клиентов. Банки применяют три типа маркетингового контроля своей рыночной деятельности: контроль выполнения годовых планов, контроль прибыльности, стратегический контроль. Контроль выполнения годовых планов заключается в постоянном слежении за текущими маркетинговыми усилиями и результатами, чтобы убедиться в достижении запланированных на год показателей сбыта и прибыли.

Контроль прибыльности требует выявления всех издержек и установления фактической рентабельности деятельности банка по продуктам, зонам влияния, сегментам рынка, пунктам продаж.

Стратегический контроль - деятельность по анализу выполнения маркетинговых задач, стратегии и программы банка. Осуществляется такой контроль посредством ревизии маркетинга, которая представляет собой комплексное, системное, беспристрастное и регулярное исследование маркетинговой среды, задач, стратегий и оперативной деятельности банка.

Цель ревизии маркетинга - в выявлении открывающихся маркетинговых возможностей и возникающих проблем и в выдаче рекомендаций относительно плана перспективных и текущих действий по комплексному совершенствованию маркетинговой деятельности банка[11,с.45].

В задачу маркетингового контроля входит также тщательный анализ претензий клиентов, выявление причин и разработка мероприятий, исключающих повторение подобных случаев.

Контроль в системе управления маркетингом тесно связан с учетом и отчетностью. Существенную пользу для управления маркетингом и контроля результатов хозяйственной деятельности предприятия может оказать ситуационный анализ. Его цель - представить руководству и руководителям отдельных подразделений оценку того положения, в котором на момент проведения анализа находится банк.

Ситуационный анализ охватывает в комплексе всю деятельность банка и в конечном итоге должен привести к выдвижению новых целей, оценке способов их достижения, принятию решений, выработке соответствующих стратегий.

При проведении аудита маркетинга выявляются области, где существуют проблемы и новые возможности, и выдаются рекомендации по разработке плана повышения эффективности маркетинговой деятельности. То есть осуществляется независимая, периодическая, всеобъемлющая проверка внешней среды маркетинга, а также целей и стратегий банка.

Аудит маркетинга может быть реализован следующим способами: самоаудит, аудит со стороны вышестоящих организаций, аудит с привлечением независимых организаций.

Маркетинговый аудит состоит из следующих этапов.

1.Оценка состояния информационного обеспечения. Анализируются также состояние клиентской базы данных, состояние системы управленческого учета и отчетности.

Универсальными признаками качества банковского продукта считаются: ликвидность, надежность(степень защищенности от рисков), рентабельность.

2.Планирование, а именно уровень стратегического планирования (бизнес-план развития банка), состояние и традиции оперативного планирования (календарные планы работ менеджеров по продажам, руководителей подразделений), использование принципов бюджетирования.

3.SWOT-анализ (сильных и слабых сторон банка, возможностей и опасностей, возникающих на рынке).

4.Изучение и анализ взаимодействия подразделений. Отсутствие четкости во взаимодействии не только является причиной большого количества ошибок в обслуживании клиентов, но и тормозит информационные процессы внутри банка.

Эффективность контроля возрастает, если предварительно были доведены до отделений контрольные показатели продаж и прибыли на плановый период.

Контроль выполнения планов продаж и качества обслуживания сводится к оценке достижения запланированных параметров с учетом рыночной ситуации в сегментах.

Замеры показателей рыночной активности в зоне влияния банка проводит головной офис банка, который производит корректировку планов продаж. Анализ эффективности деятельности пунктов продаж ведется в разрезе продуктов и отдельных сегментов рынка.

Анализ затрат и рентабельности продаж по банку в целом и офисным подразделениям осуществляется в разрезе отдельных статей расходов и доходов. В зависимости от динамики этих показателей разрабатывается маркетинговая стратегия относительно конкретного сегмента рынка.

Аудит маркетинга может выявить причины наступающих трудностей в деятельности банка в связи с воздействием внешних факторов. В этом случае прибегают к антикризисному маркетингу.

Антикризисный маркетинг помогает руководству банка оценить проблемы и тенденции развития рынка и определить различные стратегии деятельности банка, найти варианты избежать возможных убытков от падения спроса на услуги.

Маркетинг помогает компании выжить. Именно маркетинговый подход к решению основных проблем компании в период кризиса поможет ей не только смягчить удар, но и продолжать активную коммерческую деятельность.

Набор антикризисных маркетинговых инструментов - это совокупность тактических инструментов, мероприятия, направленных на оживление и увеличение текущих продаж в банке преимущественно в краткосрочной перспективе.

При организации маркетинговой деятельности в целом по банку важно определить степень достижения запланированных результатов каждым отдельным подразделением, и здесь на помощь приходят

современные управленческие технологии. Одной из таких технологий является разработка ключевых показателей эффективности.

Ключевые показатели эффективности (англ. Key Performance Indicators, KPI) - система оценки, которая помогает банку определить достижение стратегических и тактических целей. Их использование дает руководству возможность оценить результаты деятельности подразделений на определенный момент и помочь в оценке реализации всей стратегии. KPI позволяет производить контроль деловой активности сотрудников и банка в целом и в реальном времени. Таким образом, в основе KPI лежат ключевые индикаторы выполнения поставленных целей и задач.

Оценка производится через систему показателей, которые позволяют измерить результативность и эффективность реализации намеченных целей и сделать систему стимулирования труда более результативной.

Вся система KPI работает на то, чтобы сделать работу отдельных сотрудников и целых подразделений банка слаженной, направить их усилия на достижение общих целей. При этом каждый получает бонусы за решение поставленных перед ним задач, а банк уверенно наращивает объемы продаж. Грамотно разработанная система ключевых показателей эффективности дает руководителю возможность оценить результаты в целом, сделать систему стимулирования более адекватной поставленным целям развития.

Начинать разработку системы показателей нужно с определения приоритетов в развитии банка и разработки целей и задач в каждой из функциональных областей, исходя из общих приоритетов.

Следующий шаг - конкретизация целей и задач по отдельным подразделениям. При разработке конкретных показателей важно учесть и то, насколько это подразделение и этот сотрудник влияют на достижение конкретной цели. В противном случае можно получить падение мотивации и результативности.

Важно отслеживать результативность каждого подразделения путем оценки вклада в достижение запланированных показателей.

Для маркетинговых подразделений банка итоговым показателем эффективности деятельности служит соотношение фактического и планового объема продаж:

$$(Q_{\text{ф}}/Q_{\text{пл}})*100\%$$

где $Q_{\text{ф}}$ – фактический объем продаж;

$Q_{\text{пл}}$ – плановый объем продаж, [7 с.46].

На основании рассмотренного теоретического материала по маркетингу в системе управления банком было установлено следующее.

Обострение конкуренции на финансовом рынке ведет к тому, что возрастает внимание банков к вопросам изучения рынка банковских услуг, потребительских предпочтений, возрастают денежные вложения.

Знания в области банковского маркетинга помогут участникам банковского рынка формировать стратегии его развития, реализовывать эффективную продуктовую, ценовую и сбытовую политику, формировать современную систему продвижения, взаимодействовать с клиентами и партнерами.

Список литературы

1. Информационный портал: Официальный сайт - Режим доступ: <https://banki.ru> [Электронный ресурс] (дата обращения 06.06.2017)
2. Ивашкова Н.И. Проблемы формирования потребительской ценности в различных сферах и отраслях: монография. М.: Институт МИРБИС, 2012. С. 106.
3. Котлер Ф. Основы маркетинга. 5-е изд. / Ф. Котлер, А. Гари. - М.: Вильямс, 2016. - 752 с.
4. Маркетинговые коммуникации банков: компаративный анализ и многоуровневый метод оценки их эффективности / Я. С. Матковская [и др.] // Маркетинг и маркетинговые исследования. - 2015. - № 2. - С. 128-141. - То же [Электронный ресурс] <http://rsl.ru>, (дата обращения 03.06.2017)
5. Макроэкономика: учебник / отв. ред. М.Л. Альпидовская, Н.В. Цхададзе. - Ростов н/Д: Феникс, 2017. - 409 с.
6. Научно-практический и учебно-познавательный портал «Регулирование финансовой и банковской систем» (РФБС.РУ): Официальный сайт – Режим доступа: <http://rfbs.ru> [Электронный ресурс] (дата обращения 26.04.2017)

6. Райхльд Ф. Искренняя лояльность. Ключ к завоеванию клиентов / Ф. Райхльд, Р. Марки. – М.: Издательство Манн, Иванов и Фербер, 2013.
7. Ровенский Ю.А., Наточеева Н.Н. Банковский маркетинг: учебник/ под. ред. - Москва: Проспект, 2017-272 с.
8. Сайт Центрального Банка Российской Федерации. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.cbr.ru>. (дата обращения: 08.06.2017г.).
9. Цхададзе Н.В. Микрофинансирование за рубежом: опыт решения социальных задач// Экономика. Налоги. Право.- 2017.-№ 1.- С. 101-109

СЕКЦИЯ №2.

ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ НАРОДНЫМ ХОЗЯЙСТВОМ (СПЕЦИАЛЬНОСТЬ 08.00.05)

СОВРЕМЕННЫЕ ТРЕНДЫ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ КОНВЕРГЕНТНЫХ РЕДАКЦИЙ СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ

Бирюков В.А.

Московский политехнический университет

В настоящее время для осуществления подачи контента нового формата в объединенных редакциях организуется особое пространство для работы [1]. Традиционно в центре конвергентной редакции расположен «newshub» или «superdesk» – круглый стол для редакторов и других ответственных сотрудников [2]. Вокруг такого центра находятся контент-группы, которые готовят материалы для различных мультимедийных платформ. Такая структура редакции нового типа позволяет освещать события со всех сторон [3].

Принцип организации работы российских мультимедийных редакций в основном заключается в том, чтобы, получив информацию, подготовить ее для разных видов СМИ, то есть конвергенция в основном понимается как «упаковка» и «переупаковка» медиапродукта для другой платформы [4].

Рассмотрим современные тренды в контексте работы конвергентных редакций российских СМИ [1-4].

1. *Переход на мобильные платформы.* Основным преимуществом мобильной версии издания перед сетевой версией можно считать доступ к информации в любое время в любом месте. Также сохраняется доступ к фотогалереям и видеороликам. С помощью приложения «Комсомольской правды» в планшете можно было, например, слушать радио и смотреть телевидение. А загрузив версию «Российской газеты», читатели получали доступ к разделу «Документы», где собраны законы и нормативные акты, опубликованные в издании за последнюю неделю. В «Коммерсанте», кроме копий печатных и онлайн-материалов для мобильной версии делают специальный контент, который больше нигде не публикуется. Например, редакторы разделов пишут колонки только для мобильного размещения.

По словам изданий, главная трудность в переходе на мобильные устройства заключается в сложном поиске подходящих разработчиков для таких версий.

2. *Развитие видеоконтента.* Безусловно, на этот тренд повлиял предыдущий – переход на мобильные устройства, который делает потребление видео очень простым и удобным. Но, и до этого российские издания довольно активно экспериментировали с видео в сети, используя ролики информационных агентств, пользовательский контент и создавали свой собственный.

Видеоконтент – это не только ролики, снятые профессионалами или присланные аудиторией, это и ток-шоу, и видео-опросы и аналитические программы. После нескольких экспериментов от некоторых форматов издания были вынуждены отказаться.

3. *Дополнительный нетипичный контент* – интерактивный контент, который позволяет задерживать пользователей на страницах издания и повышая вовлеченность аудитории. Тесты, опросы и онлайн-игры довольно широко используются российскими СМИ.

С другой стороны, уход пользователей на мобильные устройства диктует свои правила публикации контента, в особенности текстового. На небольшом экране лучше читается сегментированный, короткий

текст рекомендательного характера. Подстраиваясь, издания стали публиковать всё больше «листингов» в стиле «10 причин кризиса российской экономики».

4. *Охват информационной повестки дня.* Если издание не освещает популярные темы, аудитория уйдет читать их на другой ресурс. Так появился принцип генерации контента, когда кратко излагается статья со стороннего ресурса и дается ссылка на первоисточник. Эта технология называется мэшап (от англ. mash-up – смешивать) – смесь редакционного и стороннего контента. Из русскоязычных изданий такой технологией переработки контента занимается Meduza.io. В целом, в отечественной традиции журналистики этот подход не считается профессиональным и, поэтому, крупными изданиями используется редко.

5. *Ранжирование и персонализация контента.* На российском медиарынке простейшую фильтрацию контента и ранжирование аудитории предлагает, например «Комсомольская правда». Активно использует ранжирование спортивное онлайн-издание sports.ru: после подтверждения, болельщиком какой команды является пользователь «Зенит» или «Динамо», его направляют в ту или другую ленту комментариев.

6. *Новые способы навигации.* Этот тренд неразрывно связан с двумя предыдущими: переход на мобильные платформы и ранжирование контента. Именно новые устройства и персонализация требуют других способов поиска информации на сайте. Здесь на первый план выходит веб-аналитика, как инструмент, с помощью которого можно отследить поведение пользователей для более точной настройки навигации по сайту. На новой версии сайта РИА «Новости», который был представлен в апреле 2016 года, подрубрики были спрятаны и теперь работают только при наведении курсора на главную рубрику, была визуализирована трехуровневая подача новостей: срочные, главные и общая картина дня, которые видны читателю в пределах одного экрана.

7. *Роль социальных сетей в распространении контента.* Одна из проблем в освоении опыта западных конвергентных редакций российскими СМИ заключается в копировании трендов без адаптации к внутреннему медиарынку. Так, работая в социальных сетях, качественные медиа концентрируются на популярнейшем на западе и в мире Facebook и слабо захватывают крупнейшие в России по числу аудитории ВКонтакте (VK) и Одноклассники (OK). С другой стороны последние сами не стремятся к интеграции со СМИ, как это делает тот же Facebook, предлагая уже готовые решения и API.

8. *Новые возможности онлайн-подписки.* Российские издания традиционно используют формат подписки для печатных версий. Но на стратегии paywall пока мало кто строит свою бизнес-модель. Объективно, в широкой массе пользователи в России не готовы платить за контент в сети. Платную подписку в онлайн используют деловые издания «Ведомости» и Slon.ru и некоторые другие СМИ с небольшой аудиторией.

Еще один вопрос онлайн-подписки с возможностью доступа к контенту с нескольких платформ, могут ли редакции обеспечить своей лояльной аудитории ежедневно обновляющийся эксклюзивный контент для каждого из носителей. Иначе доступ к архивам и копирование одних и тех же материалов на бумаге, десктопе, планшете и смартфоне не имеют особой привлекательности и экономической выгоды для читателя.

9. *Новые подходы к размещению рекламы.* Конвергентная модель дает новые возможности для рекламы и увеличения прибыли медиаорганизаций. При интеграции нескольких платформ издания предлагают рекламодателям мультимедийные пакеты для размещения. В последнее время в СМИ укрепилось такое понятие как «нативная реклама». Это рекламный (оплаченный) материал, который пишут штатные журналисты, максимально адаптируя его под редакционный контент издания. Такая реклама всегда помечается соответствующим маркером и может быть в форме текста, видео или изображения. Издатели редко используют отметку «реклама», а чаще «спонсорский контент» или «при поддержке «название бренда».

10. *Размещение нескольких редакций одного издания в разных часовых поясах.* В российской практики качественных медиа не существует образцового 360-градусного ньюсрума характерного для лидеров западного медиарынка.

Что касается работы редакции 24/7, то для России, учитывая количество регионов и множество часовых поясов, этот формат довольно актуален и используется федеральными и частными СМИ.

Таким образом, рассмотрены современные тренды в организации работы и в особенностях контента конвергентных редакций российских средств массовой информации, которые задают стратегический вектор развития медиаорганизаций.

Список литературы

1. Бирюков В.А. Трансформация аудитории средств массовой информации под влиянием конвергенции / В.А. Бирюков // Сборник научных трудов по итогам II Международной научно-практической конференции «Развитие экономики и менеджмента в современном мире». – Нижний Новгород: Инновационный центр развития образования и науки. – 2015. – С. 88-90.
2. Бирюков В.А. Конвергенция как ключевой фактор трансформации средств массовой информации / В.А. Бирюков // 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.
3. Бирюков В.А. Инновационные формы конвергенции средств массовой информации как способы привлечения аудитории / В.А. Бирюков, М.В. Ливсон // Известия высших учебных заведений: Проблемы полиграфии и издательского дела. – М.: МГУП им. Ивана Федорова. – 2016. – № 1. – С. 108- 115.
4. Бирюков В.А. Влияние конвергенции экономики внимания и медиаиндустрии на стратегию развития медиабизнеса / В.А. Бирюков // Полиграфист. В помощь руководителю и главному бухгалтеру. – М.: ЗАО Компания «Димитрейд График Групп». – 2014. – № 3 (65). – С. 31-42.

ИССЛЕДОВАНИЕ ОСОБЕННОСТЕЙ МЕХАНИЗМА ПРОЕКТНОГО ФИНАНСИРОВАНИЯ В РОССИИ

Гарбузова К.А., Ковалева Т.В.

Хабаровский государственный университет экономики и права, г. Хабаровск

Проектный подход к управлению организациями в настоящее время испытывает новую волну интереса российских компаний. Причина данной тенденции связана с происходящими изменениями во внешней и внутренней среде компаний. В будущем ожидается увеличение важности и роли проектов для стратегического развития организаций. Это обуславливается следующими изменениями: сокращением жизненного цикла продукта; обострением глобальной конкуренции; увеличением объема знаний; уменьшением размера компаний; увеличением внимания к клиенту; необходимостью выбора и развития новой бизнес-модели управления. Необходимость новой бизнес-модели обусловлена развитием новых индустрий и технологий, таких как: беспилотные автомобили, доставка дронами, умный дом, 3D-промышленность, искусственный интеллект, дополнительная реальность (виртуальная), новая медицина. Все это требует новых форм финансирования проектов.

Одной из основополагающих задач управления проектом является организация его финансирования, что подразумевает обеспечение проекта инвестиционными ресурсами.

В настоящее время проектное финансирование расценивается как один из наиболее эффективных способов применения современных финансовых инструментов и схем, позволяющих аккумулировать значительные финансовые ресурсы из разных источников и устранять риски инвестиционного проекта через их перераспределения между его участниками. Проектное финансирование часто становится единственно возможным способом привлечения ресурсов из-за высоких рисков проекта и больших объемов необходимых капиталовложений.

Проектное финансирование — вид финансирования, при котором кредиторы в качестве обеспечения выделенных на данный проект денег не требуют залога активов, а соглашаются принять в этом качестве будущие финансовые потоки от проекта. Следовательно, сам проект является единственным или основным способом обслуживания долговых обязательств.

Проектное финансирование характеризуется особым способом обеспечения реальности получения запланированного денежного потока по проекту. Она достигается путем выявления и распределения всего комплекса связанных с проектом рисков между всеми участниками проекта.

Основополагающие правила проектного финансирования: его целевой характер; долгосрочный характер вложений; повышенная стоимость кредитов и займов, включая премию за процентный риск;

использование инструментов минимизации кредитного риска; построение адекватной привлекаемым источникам финансирования организационно-финансовой модели реализации проекта.

За последние 20 лет проектное финансирование широко применяется в сырьевом секторе, телекоммуникационной сфере, при строительстве нефте- и газопроводов, гидро- и теплоэлектростанций, мостов, тоннелей, автодорог, портов, аэропортов и других инфраструктурных объектов и распространено в основном в развитых странах.

Типичным примером применения механизма проектного финансирования является проект строительства тоннеля под проливом Ла-Манш, который в 1993 г. соединил Великобританию и континентальную Европу [2].

Данный проект был реализован только за счет частных инвестиций, без вмешательства государства, что явилось первым случаем в истории. В рамках проекта предполагалось строительство двух железнодорожных и одного вспомогательного туннеля под проливом Ла-Манш, а также строительство двух терминалов для приема и отправки поездов на территории Великобритании и Франции. Еще одним аспектом явилась разработка и изготовление специальных составов для перевозки пассажиров и грузов по туннелю, предполагалось строительство терминалов для таможенного оформления грузов, а также создание необходимой инфраструктуры, планирующее соединение нового транспортного коридора в транспортные системы двух стран.

Общий объем финансирования проекта составил 6 млрд англ. ф. ст. Из которых, 5 млрд ф. ст. было предоставлено в виде долгового финансирования, так называемой специальной проектной компании консорциумом из 40 банков, которые привлекли к участию в финансировании еще больше банков, общее количество которых составило в итоге 225. Еще 1 млрд англ. ф. ст. было получено от инициаторов проекта с британской и французской сторон в виде взносов в уставный капитал проектной компании.

Самым известным проектом в России считается проект под названием «Голубой поток» (1997 г.). [2]. Данный проект представляет собой газопровод, проведенный между странами России и Турции, который протянут по дну Черного моря. Для строительства морского участка газопровода распределение долей участия составило 50% на 50%. Финансирование проекта «Голубой поток» осуществлялось следующим образом: ОАО «Газпром» и Blue Stream Pipeline Company B.V. Финансирование было предоставлено консорциумом, в который входят более 30 банков во главе с банками West LB, Banca Commerciale Italiana и Mediocredito. Также компании привлекли 626 млн. долл. от японского банка Fuji Bank, гарантом которого выступили Министерство торговли и промышленности Японии, а также Японский банк международного сотрудничества.

Для строительства 1224-километрового трубопровода «Северный поток» через Балтийское море от бухты Портовая в России до Грайфсвальд (Германия) было привлечено 7,4 млрд. евро. Владельцем и оператором трубопровода выступает Nord Stream AG, акционерами которой являются ОАО «Газпром», Wintershall, подразделение BASF, E.ON Ruhrgas, подразделение E.ON, Gasunie (Голландия), GDF Suez (Франция). Акционеры обеспечили 30% бюджета пропорционально своим долям, остальные 70% были привлечены из внешних источников [1].

Среди крупных проектов, реализованных в России с привлечением проектного финансирования, модернизация аэропорта «Пулково», включавшая ремонт существующего внутреннего пассажирского терминала и строительство нового центрального пассажирского терминала. Объем инвестиций превысил миллиард евро.

С привлечением проектного финансирования строилась ТЭС «Полярная» в Салехарде, необходимый объем финансирования которой составляет 420 млн евро, из которых 70% было предоставлено Чешским экспортным банком в виде проектного финансирования. Остальные 30% - кредит, полученный под гарантии Ямало-Ненецкого автономного округа, а также собственные средства «Корпорация Развития» [1].

Проект «Сахалин-2» по добыче нефти и газа с северо-восточного шельфа острова Сахалин. Этот проект, помимо льготного режима налогообложения также включал в себя механизм проектного финансирования.

Такие проекты могут быть претворены в жизнь только через механизм проектного финансирования. Ни одна из компаний самостоятельно не смогла бы осуществить похожий проект, так как ни одна из компаний по отдельности не обладает необходимыми финансовыми ресурсами.

Важнейшие особенности проектного финансирования в зарубежных странах следующие [3,4]:

- определяющая роль государства в поддержании макроэкономической и законодательной стабильности, что обеспечивает минимизацию систематических рисков инвесторов и низкую волатильность

основных эндогенных факторов проекта, расширение прямого и опосредованного участия государства в проектном финансировании;

- финансирование проектов осуществляют при условии создания отдельного предприятия (проектной компании);

- реализацию крупных проектов проводят с участием банковского консорциума (сообщества банков), международные кредиты, как правило, связанные, то есть предоставляемые для стимулирования экспорта продукции предприятия в стране-изготовителе;

- сформированы специальные методики для оценки денежных потоков от реализации проектов вследствие долгосрочного характера их финансирования; разработка и совершенствование методологии стоимостной оценки, обоснования управленческих решений, оценки и управления проектными рисками, реализации проектов в условиях неопределенности и др;

- высокий уровень автоматизации процессов анализа/экспертизы проекта, мониторинга и контроля хода его реализации и соответствия достигнутых результатов запланированным в бизнес-плане;

- наличие развитых международных информационных баз данных (big data) об опыте реализации проектов в разных странах, их параметрах, показателях эффективности инвестиций и т.д.;

- многообразие инвестиционных моделей, структур, технологий и инструментов проектного финансирования при единых фундаментальных подходах и принципах, диверсификация видов, структуры и географии источников инвестиций;

- разработка и совершенствование специализированных методик прогнозирования и оценки финансовых потоков инвестиционных проектов, реализуемых на основе проектного финансирования,

- участие в оценке и организации финансирования инвестиционных проектов международных кредитных рейтинговых агентств.

В России начало проектному финансированию с участием государства было положено еще в 1995 году с выходом федерального закона № 225-ФЗ от 30.12.1995 г. Данным законом было введено понятие соглашения о разделе продукции. Согласно заключаемым соглашениям, государство передает инвесторам права на поиск, разработку и добычу полезных ископаемых. Инвестор принимает на себя обязательства осуществить непосредственное проведение работ по разведке, добыче полезных ископаемых и получает свою долю продукции при ее разделе.

Организационная структура проектного финансирования в России медленно, но верно начинает складываться в последние годы. Создаются государственные институты поддержки финансирования международных и отечественных проектов. С 1995 года действует учрежденный Постановлением Правительства РФ Федеральный центр проектного финансирования (ФЦПФ), ставший с 2010 года дочерним акционерным обществом Внешэкономбанка. Пока центром осуществляется поддержка проектов только инфраструктурного плана в региональном и муниципальном развитии социальной, транспортной, коммунальной и энергетической инфраструктуры. ФЦПФ обладает реальным опытом организации работы в сфере проектного финансирования. За 2012-2014 годы при содействии ФЦПФ профинансировано проектов на сумму около 4 млрд. рублей.

Постановлением Правительства РФ от 11.10.2014 г. № 1044 утверждена Программа поддержки инвестиционных проектов, реализуемых на территории Российской Федерации на основе проектного финансирования.

Программа устанавливает: а) критерии и порядок отбора инвестиционных проектов, реализуемых на территории Российской Федерации на основе проектного финансирования; б) критерии и порядок отбора российских кредитных организаций и международных финансовых организаций; в) порядок предоставления государственных гарантий Российской Федерации (далее - гарантии) по кредитам, выданным в целях реализации инвестиционных проектов, отобранных для участия в программе.

Критериями отбора инвестиционных проектов для участия в данной программе являются: а) реализация инвестиционного проекта на основе проектного финансирования; б) расположение на территории Российской Федерации производственной площадки инвестиционного проекта; в) реализация инвестиционного проекта в секторе экономики, являющемся приоритетным для развития экономики Российской Федерации; г) полная стоимость инвестиционного проекта, определяемая как сумма всех затрат по инвестиционному проекту, за исключением процентов по кредитам, составляет не менее 1 млрд. рублей и не более 20 млрд. рублей; д) финансирование не более 80 процентов полной стоимости инвестиционного проекта за счет заемных средств; е) наличие разрешения на строительство (в случае осуществления строительных работ в рамках реализации инвестиционного проекта).

С 01.01.2016 года вступил в действие закон № 224-ФЗ от 13.07.2015 г. «О государственно-частном, муниципально-частном партнерстве в РФ и внесении изменений в отдельные законодательные акты РФ». Закон призван стать серьезным шагом вперед в правовом регулировании многих аспектов, связанных с реализацией и финансированием инвестиций в России [6].

Вместе с тем, развитие проектного финансирования в России идет низкими темпами, специалисты называют следующие причины [5,6]:

- более длительный прединвестиционный период, который занимает месяцы в мире и до 1,5 лет в России.

- доля собственного капитала в новых проектах превышает среднюю в мировой практике (доля СК составляет порядка 15% в зарубежных странах, и находится на уровне 50 % в РФ), что объясняется более высокими рисками кредиторов.

- отсутствие так называемых счетов-эскроу (когда все денежные потоки проекта находятся на одном счете, что позволяет увеличить прозрачность отчетности об использовании средств, к тому же, контроль за распределением таких средств становится более удобным).

- преобладание нефтегазового сектора как сферы использования проектного финансирования, в то время как в мире традиционными секторами являются инфраструктура и электроэнергетика.

- ставки проектного финансирования за рубежом составляют 6-10%, в России – 11 - 12% (при этом стоимость кредитов на строительство может достигать до 14%).

- тенденция к повышенному валютному риску по причине того, что финансирование предоставляется в одной валюте, а продукция реализуется в другой, из-за волатильности валютных рынков с высокими рисками валютных несоответствий осложняется развитие успешной практики.

- процедурные сложности получения прозрачной отчетности, качественных бизнес-планов, гарантий и поручительств, большое значение личных связей – все это останавливает многих руководителей банков, особенно в региональных отделениях, от экспериментов по проектному финансированию.

На основании всего вышеперечисленного можно сделать два основных вывода: во-первых, механизм проектного финансирования в России обладает определенными особенностями, отличными от зарубежной практики, и, во-вторых, рынок проектного финансирования в РФ имеет значительный потенциал роста, при условии устранения выявленных проблем.

Для улучшения качества и результативности проектного финансирования также необходимо совершенствовать систему мониторинга и контроля таких проектов на основе методологии управления проектами, расширение границ проектного анализа и требований к участникам проекта при проектном финансировании, развитие методик оценки и планирования стоимостных параметров и показателей эффективности проектов, создание единых методических рекомендаций по оценке проектов, которые будут объектами проектного финансирования.

Список литературы

1. Исследование РБК. Крупнейшие проекты с привлечением проектного финансирования в России и в мире. Режим доступа: <http://marketing.rbc.ru/articles/25/06/2013/562949987553142.shtml>
2. Нестеренко Р. Проектное финансирование: мировая практика и российский опыт. Режим доступа: <http://old.rcb.ru/archive/articles.asp?id=3395> (дата обращения 30.06.2017)
3. Никонова И.А., Смирнов А.Л. Проектное финансирование в России. Проблемы и направления развития. – М. : Издательство «Консалтбанк», 2016. Режим доступа: <http://mirkin.ru>
4. Пыркова Г.Х. Проектное финансирование в российской практике. / Тезисы доклада на IV Международная научная конференция студентов, аспирантов и молодых ученых "Научный потенциал студенчества в XXI веке". Том третий. Экономика.- Ставрополь: СевКавГТУ, 2010
5. Саенко Ю.В. Особенности проектного финансирования в России и проблемы его развития // Научное сообщество студентов XXI столетия. Экономические науки: сб. ст. по мат. XXIV междунар. студ. науч.-практ. конф. № 9(24). Режим доступа: URL: [http://sibac.info/archive/economy/9\(24\).pdf](http://sibac.info/archive/economy/9(24).pdf) (дата обращения: 30.06.2017)
6. Султанов И.А. Современные методы проектного финансирования. Режим доступа: <http://projectimo.ru/upravlenie-investiciyami/proektnoe-finansirovanie.html> (дата обращения 30.06.2017)

НЕКОТОРЫЕ АСПЕКТЫ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СВОБОДНОЙ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ЗОНЫ В РЕСПУБЛИКЕ КРЫМ

Горячих М.В.

Федеральное государственное образовательное учреждение высшего образования «Крымский федеральный университет им. В.И. Вернадского», г. Симферополь

Создание СЭЗ - весьма действенное и перспективное направление развития экономики отдельных территорий и районов, главным образом ориентированных на формирование производственного потенциала и сферы услуг, способных свободно экспортировать продукцию. Однако, несмотря на то, что основным универсальным регулятором функционирования любого рыночного хозяйства является прибыль, привлекательность помещения иностранными инвесторами своего капитала в экономику зон, расположенных на территории других стран, объясняется не только фактором высокого прибыльного экспорта [3]. Ведущую роль играет и фактор получения дополнительных источников природного сырья, расширения рынков сбыта продукции, уже не пользующейся спросом на традиционных рынках других стран.

У Российской Федерации богатый опыт в создании СЭЗ. На её территории уже действует 17 особых экономических зон. Они отличаются и по географии размещения – от Санкт-Петербурга до Хабаровска, и по приоритетным направлениям развития: туризм, технологии, логистика, промышленность.

29 ноября был принят Федеральный закон от 29.11.2014 N 377-ФЗ (ред. от 31.12.2014) «О развитии Крымского федерального округа и свободной экономической зоне на территориях Республики Крым и города федерального значения Севастополя» [2]. В нём регламентируется создание такой зоны сроком на 25 лет с возможностью продления, и предполагается особый режим осуществления предпринимательской и иной деятельности, включая льготное налогообложение и применение таможенной процедуры свободной таможенной зоны.

Для Крыма выбрана модель Калининградской ОЭЗ, т.к. у обеих зон выгодное географическое расположение и есть выход к морям (в Крыму – к Чёрному, в Калининграде – к Балтийскому) [1]. Крым очень привлекательный регион для вложения инвестиций. Уже сейчас есть много желающих развить на полуострове свой бизнес или инвест-проект, но сдерживают санкции. Возможно, через 5-10 лет, когда санкции будут отменены, многие захотят использовать любую возможность, чтобы поучаствовать в развитии региона.

Участникам зоны Крым будет предоставлен законом особый режим предпринимательской деятельности, а именно: особенности градостроительной деятельности и землепользования, особый режим налогообложения, а также возможность предоставления субсидий на возмещение затрат, в том числе на уплату налогов, пошлин и сборов при ввозе необходимых для строительства и обустройства объектов инвестиционных проектов.

Кроме того, лояльность обусловлена еще и тем, что возникшие политические и экономические риски, санкционные настроения, имеющие непосредственное отношение к деятельности на полуострове, требуют определенной компенсации. А данные виды льгот способны подтолкнуть развитие бизнеса в Крыму, и сделать условия максимально выгодными и привлекательными, как для местных предпринимателей, так и для зарубежных спонсоров.

Льготы для резидентов СЭЗ в Крыму и Севастополе включают:

- в течение трех лет с момента начала работы в СЭЗ доходы на прибыль облагаются по ставкам 2%, то есть в девять раз ниже основной ставки (18%). Создание инвестором новых рабочих мест компенсирует пониженную ставку поступлениями налога на доходы физических лиц.
- при работе на НДС – льготы на налоги во время помещения продукции под таможенную процедуру свободной зоны таможенного контроля;
- возможность нулевого налогообложения на имущество организаций в течение 10-ти лет;
- общие размеры страховых взносов на 10-летний период снижены до 7,6%;
- земельный налог не уплачивается в первый 3-летний период работы.

Пока на практике условия для работы в свободной экономической зоне на новой российской территории еще не полностью отработаны, поэтому говорить о плюсах и минусах достаточно сложно. Ясно, что в ходе настройки новой системы необходимо будет принятие дополнительных законов, поправок, или

же внесение некоторых изменений в уже существующие законы – в зависимости от полученного первого опыта и сопутствующих нюансов.

В частности, Правительство России одобрило проект федерального закона «О внесении изменений в Федеральный закон «О развитии Крымского федерального округа и свободной экономической зоне на территориях Республики Крым и города федерального значения Севастополя» 26 сентября 2016 года на заседании комиссии правительства РФ по законопроектной деятельности. В нем говорится о включении в состав территории СЭЗ морские воды и территориальное море вдоль прибрежной линии Крымского полуострова. Целью этого расширения является стремление содействовать увеличению числа желающих получить статус участника свободной зоны, что может привлечь дополнительные инвестиции в регион.

Кроме этого, расширение СЭЗ на море обеспечит возможность использования транспортных средств, помещённых под таможенную процедуру свободной таможенной зоны, во внутренних морских водах и территориальном море Российской Федерации, а также поспособствует развитию транспортной инфраструктуры, яхтенного туризма и парусного спорта, организации грузопассажирских перевозок, созданию дополнительных рабочих мест.

Принятие закона будет способствовать увеличению количества желающих получить статус участника СЭЗ в Крыму и привлечению дополнительных инвестиций в экономику региона.

Законопроектом № 41764-7 «О внесении изменения в статью 12 Федерального закона «О развитии Крымского федерального округа и свободной экономической зоне на территориях Республики Крым и города федерального значения Севастополя» (в части расширения видов деятельности) предлагается установить возможность осуществления добычи подземных вод участниками свободной экономической зоны на территориях Республики Крым и г. Севастополя для целей питьевого и хозяйственно-бытового водоснабжения или технологического обеспечения водой объектов промышленности либо объектов сельскохозяйственного назначения, а также разведки и добычи минеральных подземных вод, лечебных грязей и других природных лечебных ресурсов, используемых для лечения и профилактики заболеваний и организации отдыха.

В первую очередь от этого законопроекта выиграют сельхозпроизводители и предприятия винодельческой отрасли. Благодаря данному закону крымские и севастопольские виноделы смогут получить статус участника свободной экономической зоны и пользоваться теми преимуществами, которые дает этот статус. Ряд предприятий Республики Крым и г. Севастополя, использующие подземные воды в рамках одного из направлений своей основной деятельности, не могут получить статус участника свободной экономической зоны и пользоваться соответствующими льготами, поскольку в соответствии с базовым ФЗ участники свободной экономической зоны не вправе осуществлять деятельность в сфере пользования недрами для целей разведки и добычи полезных ископаемых (а подземные воды отнесены к полезным ископаемым).

Министерство финансов Крыма провело анализ поступления доходов за семь месяцев в бюджет от 480 субъектов — юридических лиц, которые зарегистрированы в едином реестре участников свободной экономической зоны Крыма по состоянию на 1 июня 2016 года.

Поступления в консолидированный бюджет республики Крым по данным субъектам увеличились на 844,1 млн. руб. За 7 месяцев 2015 года от данных организаций поступило в консолидированный бюджет 1578,2 млн. руб., за 7 месяцев 2016 года — 2422,3 млн. руб. Темп роста составил 153,5%.

Наиболее существенным оказался рост собираемости налога на доходы физических лиц — на 264,1 млн. рублей, темп роста — 197,3%. Поступления по налогу на прибыль увеличились на 69,7 млн. рублей или на 123,6%.

Представленные субъектам хозяйственной деятельности СЭЗ в Крыму налоговые и таможенные льготы являются для современной России беспрецедентными и значительно превосходят возможности особой экономической зоны в Калининградской области, особенно в области малого и среднего бизнеса. Сейчас идёт активная работа по налаживанию инфраструктуры региона.

Список литературы

1. Иванова В.Н. и др. Особая экономическая зона в калининградской области: несовершенство основ законодательной базы / Экономические науки. 2015. №6 (127). С. 90-97.
2. Федеральный закон Российской Федерации от 29 нояб. 2014 г. №377-ФЗ «О развитии

Крымского федерального округа и свободной экономической зоне на территории Республики Крым и города федерального значения Севастополя».

3. Экономика: Учебное пособие. Издание пятое / Под редакцией Э.А. Кузнецова. – Х.: Одиссей, 2010. – 512 с.

ЗЕМЛЕУСТРОЙСТВО РОССИИ В XXI ВЕКЕ

Гречихин В. Н.

Кандидат экономических наук, доцент, г. Ульяновск

Начало нового XXI века для землеустройства России отмечен дальнейшим понижением его роли как мероприятия, направленного на обеспечение рационального использования земельных ресурсов. С июля 2000 года государственное управление земельными ресурсами было возложено на федеральную службу земельного кадастра (Розземкадастр), образованную на основании Постановлении Правительства РФ от 18 07 2000 г. № 537. В 2004 г. Росземкадастр был преобразован в Федеральное агентство кадастра объектов недвижимости (Роснедвижимость), которое в 2009 г. преобразовано в Федеральную государственную службу регистрации, кадастра и картографии (Росреестр). В этой цепочке преобразований понизилось качество земельного кадастра (учёта), а землеустроительная служба потеряла свои органы в системе управления земельными ресурсами. Это отразилось на следующем:

*стационарная служба передана на муниципальный уровень в виде отделов с функциями преимущественно учёта земель;

*проектные институты Гипрозем, землеустроительные экспедиции и партии в результате приватизации «растворились» за исключением нескольких институтов;

*прекращено государственное финансирование землеустроительных работ;

*утвердился частный сектор по производству межевых работ, который укомплектован в целом низко квалифицированными инженерами;

*надзорные функции за использованием земель, составлению годовых отчётов об использовании земель, по контролю за осуществлением землеустройства переданы Росреестру, который не выполняет эти работы собственными силами.

В результате землеустроительные мероприятия были сведены до простых действий по учёту земельных участков поставленных и не поставленных на кадастровый учёт, а в целом после 2008 г. землеустроительная служба была ликвидирована. Этому способствовало и то, что с 2001 года образовался и усиливался «отрыв» земельного законодательства от практики выполнения землеустроительных действий при решении вопросов использования и управления земельными ресурсами. В Федеральном законе «О Землеустройстве» от 18 06 2001 г. №78-ФЗ к видам землеустроительной документации отнесены: *«генеральная схема землеустройства территории Российской Федерации, схема землеустройства территорий субъектов Российской Федерации, схема землеустройства муниципальных образований, схемы использования и охраны земель»*. Эти документы относятся к среднесрочным и долгосрочным прогнозам. Они необходимы:

* при образовании оптимальных по площади государственных и частных землепользований (землевладений),

*для устранения имеющих место недостатков в размещении выделенных земельных долей и организации крестьянских (фермерских) хозяйств,

*при вовлечении в производство невостребованных земельных долей и др.

Схемы землеустройства субъектов федерации и муниципальных образований являются основой для разработки проектов межхозяйственного землеустройства, в них определяются системы расселения, численность населения, объемы сельскохозяйственного производства и другие показатели, **необходимые для территориального планирования**. Схемы также служат дорожной картой для органов исполнительной власти по управлению использованием земельных ресурсов, их наличие лишает управляющие структуры принимать «волевые» решения по предоставлению земельных участков. В отличие от Федерального закона «О Землеустройстве» в Земельном кодексе РФ от 25 10 2001г.№ 136-ФЗ к полномочиям Российской Федерации, субъектов РФ и органов местного самоуправления (см. ст. 9,10 и 11) отнесена *разработка и реализация федеральных, региональных и местных программ использования и охраны земель*. Однако эти

документы в Земельном кодексе **не названы Схемами**. В Федеральном законе «О стратегическом планировании в РФ» от 28.06.2014 г. №172-ФЗ **Схема землеустройства** регионального или муниципального уровня также не упоминается **как самостоятельный прогноз и не рассматривается как составная часть прогноза социально-экономического прогноза**.

Закон «О Землеустройстве» имеет ещё ряд недостатков. В частности из Закона исключён важнейший вид землеустроительных действий – **межхозяйственное землеустройство**, осуществляемое первоначально в процессе проектирования (разработка схемы землеустройства муниципального образования), а на втором этапе – составление кадастрового плана. На первом этапе работает землеустроитель – проектировщик, а на втором – кадастровый инженер. Без межхозяйственного землеустройства невозможно рационально осуществить консолидацию мелких земельных участков, законодательно оформить организационно – хозяйственное использование невостребованных земельных долей, получить **достоверные данные для разработки схем территориального планирования и др.**

Закон «О Землеустройстве» содержит неверную установку (см. ст. 14) «...*Планирование и организация рационального использования земель и их охраны в городских и сельских поселениях проводятся в соответствии с градостроительной документацией.*». Под градостроительной документацией понимаются Схемы территориального планирования, которые уже были разработаны практически для всех муниципальных образований и оказались бесполезными. В обосновании их решений не рассматривалась земля, **как базис любого производства**. Поэтому важно на практике и в законодательных документах **первичным считать организацию использования земельных ресурсов, а вторичным – территориальное планирование**. Только такой подход раскрывает экономический потенциал земельных ресурсов, на который должна надстраиваться территориальная организация производства.

Федеральный закон «О землеустройстве», как и Земельный кодекс РФ, принятый в также в 2001 г., не придали землеустройству статуса государственного мероприятия по регулированию земельных отношений. В Земельном кодексе РФ и Законе «О Землеустройстве» землеустройство определяется как мероприятие ... «по изучению состояния земель, планированию и организации рационального использования земель и их охраны, описанию местоположения и (или) установлению на местности границ объектов землеустройства, организации рационального использования гражданами и юридическими лицами земельных участков для осуществления сельскохозяйственного производства, ...». **Такое определение не соответствует целям и задачам землеустройства**. Важно, что ещё в прошлом веке землеустройство разделилось на две службы: проектную и стационарную. Проектная служба разрабатывает проектную документацию от генеральных схем, проектов до техно-рабочих проектов. Стационарная служба ведёт регистрацию землепользований, учёт земель, контроль за использованием земель. Если сегодня проектные работы не ведутся, то это не значит, что необходимость в них не возникнет завтра (она возникла давно). Поэтому определение землеустройства не должно содержать слова «планирование» и «описание»:

**в процессе землеустройства не планируется и не организуется использование земель, а осуществляется обоснование организационно-территориальных форм использования земельных ресурсов исходя из их природного потенциала, государственной потребности в определённых видах продукции и применительно к достижениям и тенденциям развития научно-технического прогресса в отраслях народного хозяйства в целом;*

**функции по «описанию местоположения и (или) установлению на местности границ объектов землеустройства» переданы по Федеральному закону «О Государственном кадастре недвижимости» от 24.07.2007г. ФЗ № 221 кадастровой службе и Росреестру;*

**функции «организации рационального использования гражданами и юридическими лицами земельных участков для осуществления сельскохозяйственного производства...», осуществляют собственники земель и органы власти, а не землеустройство.*

Земельный кодекс РСФСР 1970 г. определял, что «Землеустройство включает систему государственных мероприятий, направленных на осуществление государственных решений в области пользования землёй».

Земельный кодекс РСФСР 1991 г. содержал следующее понятие землеустройства....«Землеустройство включает систему мероприятий, направленных на осуществление земельного законодательства, Решений Совета народных депутатов по организации использования и охране земель, ... Задачами землеустройства являются организация рационального использования земель во всех отраслях народного хозяйства, ... Землеустройство предусматривает:

1) разработку прогнозов, республиканских и региональных программ, схем землеустройства;

3) составление проектов образования новых и упорядочения существующих земельных и землепользований с устранением неудобств в расположении земель,.....подготовку документов, удостоверяющих право владения и пользования землей и др.»

В действующем Земельном кодексе РФ землеустройство не названо государственным мероприятием, не определены его задачи, не перечислены виды основной землеустроительной документации и др. Сам же Кодекс превратился в подобие методических указаний по образованию и передачи прав на земельные участки.

МЕТОДИКА НЕФИНАНСОВОЙ ПОДДЕРЖКИ ЭКСПОРТНО-ОРИЕНТИРОВАННОГО МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА, ПРОЕКТНЫЙ ПОДХОД

Гусева М.Н., Лялин А.М., Брикошина И.С., Никитина Е.В.

Государственный университет управления, г. Москва, Россия

METHODOLOGY NON-FINANCIAL SUPPORT OF EXPORT ORIENTED SUBJECTS OF SMALL AND AVERAGE BUSINESS, PROJECT APPROACH

Guseva M., Lyalin A., Brikoshina I., Nikitina E.

The State University of Management, Moscow, Russian Federation

Аннотация. В статье обозначена важная роль нефинансовой поддержки в развитии экспортно-ориентированного малого и среднего бизнеса, а также представлены основные функциональные направления для создания целостной проектной методики поэтапной поддержки.

Ключевые слова: экспортно-ориентированный малый и средний бизнес, нефинансовая поддержка, государственная поддержка, методика, диагностика, иностранные рынки, анализ, оценка ресурсов предприятия.

Abstract. The article outlines the important role of non-financial support in the development of export-oriented small and medium-sized businesses, also presents the basic functional areas to create holistic project methods of gradual support.

Key words: export-oriented small and medium businesses, non-financial support, government support, methodology, diagnostics, foreign markets, analysis, evaluation resources.

Малый и средний бизнес (далее – МСП) играет важную роль в современной экономической, политической и социальной жизни любого государства с рыночной системой хозяйствования. Роль малых и средних предприятий в мировой экономике значительна как с точки зрения вклада в формирование внутреннего валового продукта и в процесс создания новых рабочих мест, так и с точки зрения повышения конкурентоспособности национальной экономики и внедрения новых технологий.

Поддержка и развитие малого и среднего бизнеса является важнейшим направлением развития российской экономики. Также необходимым является развитие экспорта и укрепление экспортного потенциала страны. Так как приоритетной задачей государства является диверсификация экспорта путем увеличения его несырьевой составляющей. А основным инструментом для решения этой задачи являются рост экспортно-ориентированных МСП. В следствии чего, одной из ключевых позиций в процессе интеграции экономики России в мировое хозяйство должно стать создание и дальнейшее совершенствование программы по оказанию комплексной государственной поддержки малому и среднему бизнесу, планирующему вести экспортную деятельность.

На данном этапе существует три основных барьера, с которыми сталкиваются экспортно-ориентированные МСП - финансовые, организационные и информационные.

Чтобы преодолеть эти барьеры государство в рамках федеральной программы оказывает финансовые и нефинансовые меры поддержки экспортно-ориентированным МСП. Финансовым мерам сейчас уделяется большое внимание, и на данный момент, в соответствии с разработанной программой, проводится их плановое совершенствование и доработка, тогда как нефинансовым мерам не уделялось

должного внимания. Вследствие чего МСП, выходя на внешний рынок, не обладает необходимыми знаниями, навыками и инструментарием для осуществления дальнейшей деятельности.

Вследствие этого на данный момент наиболее актуальной задачей является разработка методики поэтапного предоставления нефинансовой поддержки бизнесу в целях вывода продукции на иностранный рынок и дальнейшему эффективному функционированию предприятия.

Далее я постараюсь обозначить основные блоки и направления для создания целостной методики.

1) **Внутренняя диагностика состояния и возможностей для выхода на иностранные рынки**

При первичном обращении потенциального экспортера, центру необходимо получить первичную информацию для дальнейшего выстраивания плана работы и мероприятий по организации комплексной и эффективной поддержки.

Цель – определение степени готовности бизнеса к выходу на внешние рынки.

Сбор необходимой информации можно организовать двумя методами:

- Анкетирование: выдача респонденту готовой структурированной формы,
- Личная беседа с респондентом, для более детального сбора информации (интервьюирование).

Необходимо получить информацию о продукте и объеме производства, и о предполагаемых рынках сбыта продукции.

На этом этапе центру необходимо провести диагностику и оценку следующих направлений:

Экспортный потенциал товара определяется исходя из следующих показателей и характеристик:

- а) Ассортимент; возможности расширения ассортимента (разнообразные модели, размеры, цвета, различные по ценовой политике), коэффициент обновления товара;
- б) Располагают ли товар или услуга уникальным рыночным преимуществом (уникальные свойства, качество, цена, инновационная технология) для иностранных потребителей;
- с) технологические характеристики товара;
- д) Соответствие товара международным стандартам в области защиты окружающей среды и санитарным нормам.

При том, важно определить уровень защищенности торговой марки; обладает ли предприятие международными лицензиями и патентами или готово получить их. В целях возможного повышения экспортного потенциала на обозначенном рынке необходимо получить также ответы на вопросы об интеграционных характеристиках экспортного товара, а именно: какова степень усвояемости продукта на иностранном рынке и в какой степени продукт отвечает запросам местных потребителей.

Немаловажно оценить, насколько эффективно функционирует система сбыта и продаж действующего предприятия и каковы возможности переноса ее на иностранный рынок, а также имеются ли условия для внесения изменений в нее, насколько мобильно действует программа стимулирования и мотивации сети сбыта.

Производственный потенциал является одной из важных составляющих при определении возможностей для принятия решения о начале экспортной деятельности. Необходимо дать оценку способности предприятия производить и накапливать произведенную продукцию. Важно учитывать также такую способность, как гибкость производственного процесса в целом. Предприятие, желающее выйти на экспорт, должно подготовиться к потенциальному увеличению спроса и быть способным выполнить заказы. Следует учитывать свои материально-технические характеристики, например, такую, как возможность сложившейся системы распределения, основная функция которой доставить продукт покупателю в надлежащем виде и в согласованные сроки. Оценивание возможности по поддержанию прогнозируемого увеличения спроса при заключении экспортных контрактов, предприятие должно проработать следующие направления предстоящей деятельности: (прогнозируемые показатели и характеристики предстоящей экспортной деятельности) (натуральные показатели или процент имеющихся к показателям, которые могут быть достигнуты)

Объемы используемых и свободных производственных мощностей

Возможности увеличения производительности без дополнительных существенных финансовых затрат

Возможность подключить субподрядчиков или закупить продукцию у других производителей при недостаточности производственных мощностей. (наличие налаженных партнерских связей и объемы продукции, которые они обеспечивают).

Анализируя материально-технические показатели, необходимо учитывать нижеперечисленные факторы: (наличие каналов передачи)

- Возможности системы распределения продукции;
 - Уровень базовых знаний в области таможенных операций, уровень транспортного обслуживания предприятия, вопросы упаковки, складирования, перевозки;
- Соответствие упаковки товара международным стандартам (подлежит ли она повторному использованию);

Размер доли материально-технического обслуживания;

Наличие систем электронного обмена информацией. Способно ли предприятие технически адаптировать свой продукт (упаковку, этикетки) в зависимости от потребностей в пожелании клиентов, климатических и географических условий, действующих законодательных постановлений и норм на иностранном рынке и при наименьших затратах.

Возможность и ресурсы предприятия для обеспечить сервисное обслуживание за границей, его форма (замена, ремонт, передача во временное пользование и стоимость обслуживания) и стоимость.

Начинать экспорт предприятие должно с составления финансового плана нового для него вида деятельности (экспорта). Главной целью плана должен стать расчет объема финансовых ресурсов для покрытия расходов как на внутреннем рынке, так и на иностранном. Анализ финансовой состоятельности предприятия позволит оценить его возможность вкладывать средства в запуск проекта по выходу на иностранные рынки, а также научит правильно распределять финансовые ресурсы. Кроме того, необходимо рассчитать, есть ли необходимость в привлечении заемных средств либо кредитовании. Это поможет при дальнейших процедурах получения финансовых мер поддержки соответствующими подведомственными органами инфраструктуры.

Центр проводит анализ основных финансовых показателей компании, для определения текущего финансового состояния.

- анализируются данные об имеющихся краткосрочных и долгосрочных кредитах;
- величина и динамика собственного капитала;
- объему оборотных средств;
- запасу финансовой прочности;
- рентабельности.

К ключевому фактору успеха предприятия можно отнести его внутреннюю структуру, где, предполагается, существует структурное подразделение, занимающееся вопросами экспортной деятельности, а его сотрудники отвечают современным квалификационным требованиям, профессионализмом, мобильностью и обучаемостью и обладают практическими навыками. К ним должны предъявляться повышенные квалификационные требования, поскольку в международной торговле требуется особая тщательность в исполнении служебных обязанностей в связи со сложностью ведения бизнеса.

Особое внимание стоит уделить предприятиям в которых действует совет директоров. В этом случае предприятию будет рекомендовано включить в его состав хотя бы одного специалиста по ведению экспортной деятельности, для того чтобы он мог непосредственно курировать данную деятельность.

2) Содействие в составлении бизнес-плана и исследовании рынков

На этом этапе проводится обработка и анализ полученных данных в целях создания комплекса мероприятий, направленных на содействие обратившейся компании выйти на новый рынок сбыта.

Опираясь на полученной информацией от компании, необходимо составить перечень стран потенциальных импортеров. Направить запросы в торгпредства вышеуказанных стран и в евро-инфо корреспондентский центр для получения информации об интересующем рынке, и по возможности информацию о политической, экономической, социальной и технологической сводке. На основании анализа полученной информации от торгпредств и ЕИКЦ выбрать ключевые зарубежные рынки.

Согласно полученной информации принимается решение о целесообразности и плане проведения целевого маркетингового исследования потенциального рынка сбыта, для получения необходимой и достаточной информации.

Исследование проводится либо созданной командой проекта на базе центра, либо с помощью привлечения консалтинговых организаций, специализированных на исследованиях зарубежных рынков.

Целью проведения маркетингового анализа является представление отчета по:

- товарной группе производимой продукции
- потенциальным рынкам и сегментам
- динамике рынка

- емкости рынка
- количестве конкурентов
- имеющихся барьерах входа

Центр поддержки консультирует предприятие в ходе разработки и формирования маркетингового плана, а также необходимости привлечь сторонних экспертов и соответствующие консалтинговые фирмы.

Заблаговременно до того, как предприятие заключит свой первый внешнеторговый контракт, ему потребуется разработать маркетинговый план экспорта. Хорошо известная в маркетинге теория «4P» является его основой и имеет построение в четырех основных координатах планирования.

Таблица 1: Комплекс маркетинга

Product	Товар
Price	Цена
Promotion	Продвижение, реклама
Place	Место/рынок сбыта

В международной торговле количество составляющих «P» увеличивается до тринадцати, и стратегии международного маркетинга уже имеет более сложную конфигурацию:

Таблица 4: 13 "P"

Payment	оплата – особенности расчетов по внешнеторговым сделкам
Personnel	кадры предприятия – наличие знаний и опыта ведения экспортной деятельности
Planning	планирование – подготовка бизнес планов
Paperwork	документация - подготовка пакета экспортной документации
Practices	учет национальных особенностей ведения бизнеса в других странах
Partnerships	сотрудничество – выбор партнера
Politics	стратегия ведения экспортной деятельности на текущий момент и перспективу
Positioning	позиционирование – как предприятие будет представлено на рынке
Protection	защита – меры для защиты предприятия от возможных рисков и защита прав интеллектуальной собственности

Обычно содержание маркетинга отождествляют со сбытом и его стимулированием, рекламой. Однако, фактически, сбыт является одной из функций маркетинга и часто не самой существенной. Если предприятие хорошо работало над такими разделами маркетинга, как выявление потребительских нужд, разработка подходящих товаров и установление на них соответствующей цены, налаживание системы распределения и эффективного стимулирования, то такие товары уже не будут иметь проблем со сбытом, если только предприятие действует на высоко конкурентном рынке.

Процесс обмена требует определенных действий. Тому, кто хочет продавать, необходимо искать покупателей, выявлять их нужды, проектировать соответствующие товары, продвигать их на рынок, складировать, перевозить, договариваться о ценах и т.д. Основу деятельности маркетинга составляют такие процессы, как разработка товара, исследования, налаживание коммуникаций, организация распределения, установление цен, развертывание службы сервиса.

Важным этапом подготовки к ведению экспортной деятельности является составление стратегического экспортного бизнес плана. Экспортный бизнес-план это – ключевой документ для целенаправленного и планомерного ведения бизнеса, который также дает доступ к получению кредитов и формированию начального капитала. Экспортный бизнес-план следует рассматривать как инструмент управления, который может изменяться в зависимости от полученного опыта, достигнутых результатов выбора стратегии и достижения поставленных целей. Чтобы достичь успеха на международном рынке, предприятие должно разрабатывать бизнес-планы по крайней мере на срок от 3 до 5 лет.

Центр поддержки консультирует предприятие в ходе разработки и формирования бизнес-плана, а также привлекает сторонних экспертов и соответствующие консалтинговые фирмы.

Бизнес-план должен содержать ответы на следующие вопросы:

- какой вид продукции выбрать для выхода на зарубежный рынок;

- каков будет рыночный спрос на предлагаемые товары и услуги, и как он будет изменяться;
- какие ресурсы и в каких количествах потребуются для организации бизнес-проекта;
- сколько будет стоить необходимые ресурсы и где найти поставщиков;
- каковы будут издержки на организацию производства и реализацию продукции и услуг на соответствующих рынках;
- какой может быть цена на банную продукцию и как на нее повлияют конкуренты;
- какими могут быть общие доходы и как их следует распределять между всеми участниками бизнес-проекта;
- каковы будут показатели эффективности производства и как их можно повысить.

3) *Налаживание прямых контактов и оценка кадрового потенциала*

Важно оценить уровень готовности работников предприятия к ведению экспортной деятельности. Для этого необходимо определить круг работников, имеющих опыт ведения экспортной деятельности (при наличии), определить, в каких областях знаний требуется провести повышение квалификации кадров, либо привлечь внешних специалистов. Важную роль играет фактор времени. Обладает ли предприятие временным лагом для повышения квалификации своих работников или их обучения.

Обучение по вопросам ведения экспортной деятельности проводится на базе центра или с помощью формирования экспортной команды на предприятии.

Центр поддержки курирует деятельность «экспортной команды», назначенной в МСП, направлена на реализацию экспортно-маркетингового бизнес-плана, а также программ обучения / тренинг в области бизнес культуры и существующей практики ведения коммерческой деятельности на международных рынках.

Бизнес-миссия является важным инструментом при налаживании торгово-экономических контактов между странами. Минэкономразвития России совместно с торговыми представительствами РФ за рубежом и региональными центрами поддержки экспорта организует проведение бизнес-миссий в интересах российских МСП.

Региональные центры поддержки экспорта помогают экспортно-ориентированным МСП в организации бизнес-миссий, а также координируют их взаимодействие с другими участниками мероприятия.

Бизнес-миссия – организованное мероприятие, связанное с проведением переговоров представителей российских деловых кругов, а также заинтересованных федеральных органов исполнительной власти с потенциальными зарубежными партнерами с целью инициации внешнеэкономических проектов.

Цели проведения бизнес-миссии:

- получение МСП экспортных заказов на поставку товаров и услуг;
- продвижение российских инвестиционных проектов за рубеж;
- установление и развитие торговых связей между российскими и иностранными компаниями;
- подбор иностранных партнеров для российских предприятий с целью реализации совместных проектов за рубежом.

Региональный центр поддержки экспорта проводит оперативный поиск выставочных мероприятий, проводимых в необходимой для МСП отрасли экономики, содействует МСП в принятии участия на международной выставке и координирует его действия с органами, предоставляющими государственную финансовую поддержку для участников данного мероприятия.

Участие в выставочных мероприятиях позволяет предприятию узнать больше о клиентах и их ожиданиях, получить немедленный отклик о продукции и реакцию на предприятие, изучить рынок и конкуренцию на нем, оценить маркетинговый потенциал предприятия, определить возможных агентов и дистрибьютеров, идти в ногу с инновациями и новыми технологиями.

Список литературы

1. Федеральный закон от 24.07.07 г. № 209-ФЗ «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации».
2. Распоряжение Правительства РФ от 22 июня 2012 г. (пункт 27). О реализации плана мероприятий («дорожной карты») «Поддержка доступа на рынки зарубежных стран и поддержка экспорта».
3. Друкер П., Макьярелло Дж. Менеджмент. М.: 2010. С. 480-487.

4. Котлер Ф. Основы маркетинга: Пер. с англ. – 2-е изд. – М.: Издательский дом «Вильямс», 2006. – 944 с.
5. Кравцов С.С. Внешнеэкономическая деятельность предприятий малого бизнеса в условиях глобализации мировой экономики, 2008. С.15.
6. Оболенский В.П. Внешнеэкономическая специализация России. Особенности эволюции и перспективы диверсификации. М.: ВАВТ, 2011. 342 с.
7. Управление проектом. Основы проектного управления: учебник / под. ред. проф. М. Л. Разу. – М.: Кнорус, 2006.

СПЕЦИФИКА И ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ДИСТРИБЬЮТЕРСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В РОССИИ

Низовцев А.А., Шапкин В.В.

Санкт-Петербургский государственный экономический университет

Дистрибьюторская деятельность - одна из самых динамично развивающихся сфер рыночной инфраструктуры товарного обращения. Развитие дистрибуции обусловлено объективной закономерностью рыночного хозяйства. Обеспечение нормального функционирования рынков товаров и услуг, расширение международных связей невозможны без стабильно работающей дистрибьюторской сферы деятельности [8].

Цель данной статьи - определение сущности понятий «дистрибуция» и «дистрибьюторская деятельность», выявление роли дистрибьюторских компаний в современной системе товародвижения и перспектив развития дистрибьюторской деятельности.

1. Понятие дистрибьюторской деятельности и ее особенности

В настоящее время дистрибьютерскую деятельность можно назвать одной из наиболее эффективных систем сбыта продукции. Это обусловлено тем, что одним из конкурентных преимуществ компании–производителя является снижение затрат, связанных с маркетингом рыночного спроса и реализацией продукции. И именно дистрибьютор позволяет оптимизировать эти затраты.

В прошлом, когда компании–производители использовали многоуровневые системы распределения товаров, им приходилось нести значительные расходы на организацию отделов сбыта и их функционирование, складские и транспортные затраты, рекламу и др. Поэтому производителям оказалось выгоднее отдать на аутсорсинг операции, связанные с доведением продукции до потребителя, специализированным компаниям – дистрибьюторам [4].

Дистрибьюторские фирмы - это независимые, относительно крупные коммерческо-посреднические организации, располагающие своими или арендуемыми складами, транспортными средствами, осуществляющие сбыт товаров на основе закупок за свой счёт товарной продукции непосредственно у изготовителей, завоза её на склад, организации хранения и отгрузки покупателю. Термин «дистрибуция» происходит от англ. «distribution», что в переводе означает «распределение». То есть под дистрибуцией понимается канал распределения товаров.

Дистрибьюторская деятельность – это последовательная совокупность повторяющихся действий, обеспечивающих продвижение товаров от производителя (поставщика) к конечным потребителям и имеющих целью поддержание и/или увеличение их сбыта [7]. Соответственно она делится на два этапа: договорные взаимоотношения производителя (поставщика) и дистрибьютора, в рамках которых стороны согласовывают общие условия своего взаимодействия и его цели, и заключаемых между ними во исполнение дистрибьюторского соглашения договоров поставки (первый этап), а также реализация дистрибьютором приобретенных у поставщика товаров своим покупателям на согласованных с последним условиях (второй этап).

Первый этап задает общие масштабы и параметры предпринимательской деятельности дистрибьютора. На втором этапе согласованные поставщиком и дистрибьютором в дистрибьюторском договоре обязательства трансформируются в реальные действия сторон, направленные на исполнение принятых ими обязанностей.

Таким образом, для отношений в сфере дистрибуции характерно наличие сложного субъектного состава (поставщик, дистрибьютор, покупатели дистрибьютора), который в некоторых случаях дополняется также посредниками дистрибьютора (комиссионерами, агентами, маркетологами и др.).

Покупатели дистрибьютора, которым он реализует приобретенные у производителя товары, сторонами дистрибьюторского соглашения не являются, однако, поскольку под дистрибуцией понимается совокупность экономических и правовых отношений, возникающих в связи с реализацией дистрибьюторского договора, в том числе связанных с последующей продажей товаров покупателям дистрибьютора, они являются субъектами отношений, возникающих в процессе осуществления дистрибьюторской деятельности [7].

Опосредующие дистрибуцию договорные связи характеризуются сложной структурой:

- собственно дистрибьюторский договор и договоры поставки между поставщиком и дистрибьютором;
- договоры, опосредующие процесс дальнейшей возмездной передачи продукции покупателям дистрибьютора;
- сопутствующие договоры, заключаемые дистрибьютором в целях продвижения продукции поставщика [7].

По общему правилу покупателями дистрибьютора могут быть лица, приобретающие продвигаемые им товары для использования в предпринимательских целях, не связанных с личным, семейным иным подобным использованием, поскольку это является характерной чертой дистрибуции. Однако, как указывает Улугова, не исключается возможность реализации дистрибьютором товаров в розницу через соответствующие каналы сбыта дистрибьютора, поскольку ничто не мешает дистрибьютору реализовывать товары напрямую конечным потребителям в случае наличия у него подобных налаженных каналов сбыта.

Следует отметить принципиальное отличие правового статуса дистрибьютора от статуса юридического посредника (агента или комиссионера). Оно заключается в том, что дистрибьютор приобретает товары у производителя в собственность и в дальнейшем организует их перепродажу от своего имени и за свой счет, что является преимуществом использования данной договорной модели для поставщика, который сразу получает выручку за реализуемые дистрибьютору товары и в меньшей степени экономически зависит от действий дистрибьютора по распространению товаров [5, с. 387]. К тому же, как отмечается в экономической литературе, «одним из элементов свободы коммерческого выбора дистрибьютора является возможность самостоятельного установления цены на товар своего поставщика и заключения сделок с третьими лицами» [2].

В связи с этим с экономической точки зрения дистрибьюторская деятельность относится к торговому (коммерческому) посредничеству, поскольку дистрибьютор, является «активным участником товаро-распределительной цепи дилерско-дистрибьюторского звена, создаваемого продуцентами товаров» [1], и выступает посредником в процессе доведения продукции до конечного потребителя [7].

Торговая деятельность поставщика, характерная для взаимоотношений с дистрибьютором, является оптовой торговлей, деятельность дистрибьютора по последующей реализации продукции поставщика, являясь преимущественно оптовой, может осуществляться также и в виде розничной торговли. Поскольку дистрибьютор действует от своего имени и за свой счет, его деятельность является торговым посредничеством и, как следствие, торговой деятельностью.

Необходимость появления такого направления, как дистрибьюторская деятельность, обуславливается следующими особенностями развития современного рынка:

- глобализация деятельности компаний–производителей;
- ориентация на оптимизацию всех затрат в процессе продвижения и реализации продукции;
- концентрация компаний–производителей на основной деятельности и вывод на аутсорсинг непрофильных направлений;
- развитие новых технологий продаж;
- динамика изменчивости спроса на товары;
- повышение требований потребителей к системе логистики;
- сложности информационных потоков между производителем и потребителем [4].

2. Функции дистрибьюторской компании

Вышеперечисленные предпосылки появления дистрибьюторской деятельности обуславливают выполняемые ею функции, которые можно разделить на 3 группы: канального распределения, физического распределения и поддерживающие [5] (рис. 1).

Функции дистрибьюторской деятельности		
Канальное распределение	Физическое распределение	Поддерживающая функция
1. Представление производителя	1. Транспортировка продукции,	1. Обеспечение сохранности и

на региональных рынках. 2. Установление длительных договорных отношений с производителями. 3. Построение организационной структуры дистрибутивных каналов и сетей. 4. Дислокация дистрибутивных центров (баз, складов) и других звеньев логистической цепи в соответствующих каналах. 5. Передача прав собственности покупателю продукции.	возвратной тары, отходов. 2. Складирование, хранение и грузопереработка продукции в складской системе. 3. Управление запасами, консолидация и рассредоточение товаров. 4. Обеспечение необходимого ассортимента продукции.	защиты товаров, страхование рисков. 2. Поддержание стандартов качества продукции и логистического сервиса. 3. Ценообразование. 4. Мониторинг и информационно – компьютерная поддержка логистических активностей в дистрибуции, маркетинговый план, маркетинговая поддержка (предоставление рекламных материалов и оборудования) и др.
--	---	--

Рисунок 1 Функции дистрибьютерской деятельности

Указанные выше функции дистрибуции подтверждают тот факт, что дистрибьюторская деятельность осуществляет не только логистические операции, но также и операции, связанные со сбытовой деятельностью. Выполняя свои функции, дистрибуция обеспечивает решение проблем, связанных с оптимизацией издержек, развитием информационных каналов между производителем и потребителем, обеспечением логистическим сервисом потребителей и т.д. [4].

Французские ученые Ж.-К. Тарондо и Д. Ксардель [6], основываясь на практике развития дистрибьюторской деятельности, выделяют такие важные функции дистрибуции, как:

1) доставка в распоряжение потребителей тех товаров и услуг, которые им требуются, в тот момент, когда им нужно, и в адекватных количествах;

2) маркетинговая функция, в составе которой акцент делается на получении максимума информации для того, чтобы противостоять конкуренции, приспособливаться к изменениям потребителя и его покупательского поведения, выработать оптимальную стратегию и тактику.

По их мнению, термин «дистрибуция» означает единое управление всеми функциями и операциями в области распределения. Иными словами, дистрибуция – это область сферы услуг, задача которой – интегрированное управление функциями и операциями продвижения готовой продукции от производителей и/или оптовых (оптово-розничных) торговых компаний до конечных (или промежуточных) потребителей.

Место дистрибьютора в экономической системе определяется отведенной ему ролью. Экономическая роль дистрибьютора состоит в перенесении затрат производителя, связанных с обращением товаров, в свой собственный бизнес. Это достигается через исполнение основных маркетинговых функций дистрибьюторами от лица производителей, которых они представляют. Функциональная роль дистрибьютора – распределить товар производителя на определенной территории, при этом задачей является поставка продукта по разработанному производителем алгоритму в те каналы сбыта и в том количестве, которые определены производителем с учетом потребностей конечного потребителя [8].

3. Чем вызвано появление и развитие фьючерской деятельности в России

Появление и сложившиеся тенденции развития дистрибуции обусловлены изменениями на рынке потребительских товаров России. К одним из наиболее значимых факторов можно отнести изменение доли импортных товаров в объеме товарных ресурсов РФ. В период с 2000г. по 2014 г. этот показатель колебался в пределах 40-47%. Динамика показателя объема импорта в Россию представлена в таблице 1 (табл.1).

Таблица 1 – Импорт в России (в фактически действовавших ценах)

Показатель	Год				
	2000	2005	2010	2013	2014
Импорт, млн.долл.США	42131	123839	245680	341337	308026
Импорт, в % к предыдущему году	103,6	136,4	131,1	102,3	92,2

Составлено по данным сборника Росстата -Торговля в России. 2015: стат.сборник, с.169.

Также к наиболее значимым факторам, влияющим на динамику дистрибьюции, относятся изменения поведения конечного потребителя. За период с 2000 по 2015 годы среднедушевой доход населения страны увеличился в 13 раз, с 2280 руб. до 30224 руб. в месяц.

Как следствие, увеличение доходов привело к большей избирательности конечных потребителей при приобретении товара, меньшей восприимчивости к рекламе, поиску аналогичных и взаимозаменяемых товаров, что, в свою очередь, привело к росту оборота розничной торговли на душу населения. За период с 2000 по 2015 год оборот розничной торговли в расчете на душу населения увеличился в 12,2 раза (по группе продовольственных товаров) и 11,1 раза (по группе непродовольственных товаров).

Также за указанный период изменилась и структура оборота розничной торговли по формам торговли (табл. 2).

Таблица 2 - Распределение оборота розничной торговли по формам торговли по Российской Федерации, в % к итогу

Показатель	Год										
	2000	2002	2004	2006	2008	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Доля торгующих организаций	73,8	75,5	77,7	80,4	86,9	87,6	88,5	89,4	90,6	91,3	92,1
- в том числе доля розничных торговых сетей	-	-	-	-	15,1*	17,5	18,4	20,5	21,9	22,9	25,0
Доля рынков	26,2	24,5	22,3	19,6	13,1	12,4	11,5	10,6	9,4	8,7	7,9

*Данные за 2009 г.

Составлено на основании данных Росстата

На основании данных таблицы 2 можно сделать вывод об укрупнении торговых точек, уменьшении количества объектов рыночной формы торговли за последние 15 лет, что является следствием развития торговых сетей в Российской Федерации и ограничительным фактором по количеству дистрибьюторов на территории [4].

Выводы

На основании отмеченных особенностей становления и расширения дистрибьютерской деятельности в Российской Федерации и опыта развитых стран можно сделать вывод, что развитие дистрибьюторских сетей в России проходит те же этапы, что и в развитых странах более 20 лет назад. Исходя из этого, можно ожидать, что такой же путь ждет и российских дистрибьюторов. Через 10-15 лет (по данным экспоненциального прогноза при сохранении текущих тенденций развития) объем оборотов розничной торговли через торговые сети составит 80%, что позволяет говорить о том, что через дистрибьюторов будет проходить лишь 20% товаров против 80% сегодня. И такое положение дел однозначно приведет к тому, что на каждой отдельной территории будут эффективно функционировать только 3-5 крупных дистрибьюторов с диверсифицированным портфелем контрактов с крупнейшими отечественными и зарубежными производителями [4].

Список литературы

1. Белов А.П. Посредничество во внешней торговле // Право и экономика. 1998. №8. С. 58-66.
2. Верховин В.И., Верховин А.В. Рыночные и переходные модели посреднического поведения. // Мир России. 2005. Т. XIV. № 3. С. 73-104.
3. Вилкова Н.Г. Договорное право в международном обороте. М.: Статут, 2002. - 511 с.
4. Ибрагимова М.Х. Особенности деятельности дистрибьюторских компаний в России и перспективы их развития // Интернет-журнал «Наукоедение» <http://naukovedenie.ru> Том 8, №5 (сентябрь - октябрь 2016).
5. Лебедев Ю.Г. Логистика: теория гармонизированных цепей поставок. М.: Издательство МГТУ им. Н.Э. Баумана, 2005. 448 с
5. Тарондо Ж.-К. Дистрибьюция /Ж.-К. Торондо, Д. Ксардель; пер. с фр.; под ред. В.И. Черенкова. – СПб. Нева, 2003. – 127 с.
7. Улугова К.Е. Понятие дистрибьютерской деятельности / Бизнес в законе. Экономико-

юридический журнал. 2013. -№6, с.

8. Якимова Е.А. Дистрибуция как современная форма посредничества: сущность и перспективы развития // Казанская наука. 2013. №7. С. 121 – 126.

КОММУНИКАТИВНАЯ ПОЛИТИКА ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННОГО КОМПЛЕКСА

Пенкина Н.В., Чернявская О.В.

ФГБОУ ВО "Нижевартовский государственный университет", г. Нижневартовск

Туристский рынок на современном этапе является высоко конкурентным рынком, причем как отдельными странами (макроуровень), туристскими дестинациями (мезоуровень), так и туристскими предприятиями (микроуровень). Как показывает практический опыт, продвижение туристского продукта можно при условии создания комплексной программы, включающей как отдельный продукт, так и всей дестинации в целом [2, С. 1545]. Основным способом продвижения турпродукта и туруслуга на современном этапе является реклама.

Продвижение на *макроуровне* предполагает комплекс рекламных мероприятий страны в целом, инициатором и источником финансирования, выступают органы управления туризмом РФ, на *мезоуровне* региональные и муниципальные органы власти [4]. Основными направлениями деятельности на этих уровнях является:

- создание положительного образа страны в целом или его отдельного туристского региона;
- привлечение максимального количества потенциальных туристов.

Продвижение на микроуровне проводится, иницируются и финансируются предприятиями туризма по двум направлениям:

- продвижение конкретных туруслуг и предложений, т.е. "адресная" работа, ориентированная на конкретного потребителя;
- мероприятия, направленные на работников туристической индустрии, партнеров и представителей турбизнеса, участвующих в формировании турпродукта.

Особенность целевой аудитории и цель проведение рекламных мероприятий определяет их форму и содержание в частности их можно сформулировать таким образом:

- познакомить с определенной туристской дестинацией, предприятием туристической индустрии, туристским продуктом или туристской услугой;
- предоставление необходимой или дополнительной информации об объекте;
- поэтапное формирование положительного имиджа к определенной туристской дестинации, предприятия туристической индустрии, туристскому продукту или туристской услуге;
- формирование представления об уникальности рекламируемого объекта по сравнению с аналогичными объектами;
- побуждение к посещению данной туристской дестинации, приобретению именно данного туристского продукта или услуги.

Кроме того, если речь идет о туристской дестинации, туристском предприятии или турпродукте, которые только появились на рынке туруслуг, то главной задачей становится формирование представления о новом объекте, его особенностях [1, С. 80]. Поэтому нужно представить краткую информацию об этих объектах. Обязательным условием становится внесение название туристской дестинации, товарного знака предприятия или продукта в рекламное сообщение, а средствами распространения наиболее эффективными в данном случае является наружная реклама, реклама на транспорте и щитовая реклама, она должна иметь высокую степень повторяемости.

Для туристского предприятия, имеющее определенные позиции на рынке туристских услуг, необходимо расширить знания об основных направлениях деятельности. В данном случае целесообразнее использовать рекламу в СМИ (радио, пресса, телевидение, интернет ресурсы).

Создание положительного имиджа туристской дестинации или туристского предприятия возможно как рекламными средствами, так и public relations. При создании имиджа следует учитывать реальные возможности и достоинства, быть оригинальным и легко запоминающимся и привлекать целевые аудитории. Основными целевыми аудиториями туристского имиджа являются:

- потребители;
- местное население;
- общественные организации;
- международная общественность;
- партнеры и поставщики;
- государственные структуры;
- персонал туристских предприятий.

Имидж предприятия туристической индустрии создают внешний вид сотрудников, культура обслуживания и т.д.

На каждом уровне продвижения возникают различные формы и содержательное направления рекламы, в любом случае необходимо обратить внимание на следующие аспекты:

во-первых, нужно определить *целевую аудиторию*, на которую будет направлены рекламные мероприятия, если не правильно просчитать аудиторию, то эффект от мероприятий будет низким;

во-вторых, особо тщательно нужно выбрать *средства* распространения рекламы;

в-третьих, составить *прогноз* на предполагаемую ответную реакцию, в идеале ее нужно предвосхитить;

в-четвертых, создать условия для получения и оценки *ответной реакции* целевой аудитории на туристскую рекламу.

Традиционно выделяют следующие виды рекламы в туризме [3, С. 1543]:

по объекту рекламы: продуктовая, имиджевая (для конкретного предприятия), реклама дестинации;

по способу воздействия на целевую аудиторию: рациональная, эмоциональная, социальная;

по сегменту рынка: селективная, массовая;

по охвату территории: локальная, региональная, на уровне страны в целом, международная;

по источнику финансирования: конкретного предприятия, совместная реклама;

по средствам распространения: в СМИ, печатная, радиореклама, телереклама, сувенирная продукция, прямая почтовая рассылка, наружная реклама, баннеры, компьютерная реклама.

При создании рекламных мероприятий необходимо четко определить цели проведения рекламной кампании, для четкого понимания обратного эффекта, объема распространения и финансирования и пр. данных мероприятий. В частности, *экономические цели* предполагают создание рекламы направленной на увеличение объемов продаж, доли рынков, рост прибыли или выход на новые рынки, такие цели являются распространенными для предприятий туристической индустрии.

Имиджевые цели рекламы требуют особого подхода и финансирования, так как нацелены на долгосрочную перспективу, они нацелены на формирования положительного имиджа, создание репутации или повышения престижа, популярности, как отдельных предприятий, так и туристских регионов. С одной стороны данные цели координируются с экономическими целями, но с другой важной составляющей является качество предоставляемых услуг, турпродукта и обслуживания потребителей. Для многих потребителей возникает тесная взаимосвязь, а порой и знак равенства между имиджем предприятия, туристским регионом и качеством предоставляемых услуг.

Современный туристический бизнес нацелен на максимизацию социального эффекта от развития туризма, поэтому в рекламе реализуются и *социальные цели*. В рекламе могут затрагиваться проблемы загрязнения окружающей среды, улучшение социальных условия для организации отдыха и лечения для различных категорий граждан, создание рабочих мест и т.д.

Таким образом, коммуникативная политика и правильное ее планирование и реализация обеспечит эффективное развитие туризма для страны в целом, туристских дестинаций и отдельных туристских предприятий.

Список литературы

1. Пенкина Н. В. Туристский регион: теоретико-методологические подходы // Культура, наука, образование: проблемы и перспективы: материалы IV Всероссийской научно-практической конференции (г.Нижевартовск, 12–13 февраля 2015 года). Часть II. / Отв. ред. А.В.Коричко.– Нижевартовск: Изд-во Нижеварт. гос. ун-та, 2015. С.80-82.
2. Пенкина Н. В., Черкас Ю.В. Структура рынка туристских услуг // XVIII региональная студенческая научная конференция Нижевартовского государственного университета. Нижевартовск, 05-06 апреля 2016 г. – С. 1545–1547.

3. Пенкина Н.В., Новиков Т. В. Способы продвижения турпродукта и туристские услуги // XVIII региональная студенческая научная конференция Нижневартковского государственного университета. Нижневартковск, 05-06 апреля 2016 г. – С.1542–1545.
4. Распоряжение Правительства Российской Федерации от 31 мая 2014 г. N 941-р г. Москва. "Об утверждении Стратегии развития туризма в Российской Федерации на период до 2020 года"): URL www.rg.ru (дата обращения 27.06. 2017 года)

УРОВНИ УПРАВЛЕНИЯ ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННЫМ КОМПЛЕКСОМ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Пенкина Н.В.

ФГБОУ ВО "Нижневартковский государственный университет", г. Нижневартковск

Согласно Конституции РФ входит 85 субъектов (22 республики, 46 областей, 9 краев, 3 города федерального значения, 4 автономных округа и одна автономная область), кроме того созданы восемь федеральных округов, что свидетельствует о том, что региональная политика может осуществляться не только на уровне субъектов РФ, но и федеральных округов. Особенностью государственной региональной политики является сочетание управления различными ветвями власти субъектов РФ и органов местного самоуправления. На основе Постановления от 2 августа 2011 г. № 644 утверждена Федеральная целевая программа "Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011–2018 годы)".

В данном документе сформулированы главные задачи для развития туристской отрасли, во-первых, развитие туристско-рекреационного комплекса РФ, во-вторых, повышение качества туристских услуг, в-третьих, продвижение туристского продукта РФ на мировом и внутреннем туристских рынках. Развитие современного конкурентоспособного туристско-рекреационного комплекса является основной задачей, именно наличие такого комплекса дает возможности для эффективного функционирования туристской деятельности в регионах [4].

По уровню развития туризма в РФ и федеральному устройству для нашей страны управление туристско-рекреационным комплексом осуществляется на макроэкономическом, мезоэкономическом и микроэкономическом уровнях.

Макроэкономический уровень. Общее руководство туристско-рекреационным комплексом осуществляет Правительство РФ. Согласно Указу Президента РФ от 25.05.2012 № 636 "О структуре федеральных органов исполнительной власти" обязанности по выработке и реализации государственной политики в сфере туризма выполняет Министерство культуры Российской Федерации, в структуру которого входит Департамент туризма и региональной политики, включающего три отдела: Отдел туризма, Отдел планирования и координации специальных проектов и Отдел защиты государственной тайны мобилизационной подготовки. Данный орган власти координирует и контролирует деятельность Федерального агентства по туризму (Ростуризм), образованного в соответствии с Указом Президента РФ от 18.11.2004 №1453 "О Федеральном агентстве по туризму и Федеральном агентстве по физической культуре и спорту".

Данная организация выполняет следующие функции:

- реализует приоритетные направления туристской деятельности в РФ;
- формирует и ведет единый федеральный реестр туроператоров;
- информирует в установленном порядке организаторов туризма и самих туристов об угрозе безопасности туристов в месте временного пребывания;
- осуществляет продвижение туристского продукта на внутреннем и мировом туристском рынке; размещает заказы и заключает государственные контракты, гражданско-правовые договоры на поставки товаров, выполнение работ, оказание услуг, проведение различных работ в установленной сфере деятельности;
- осуществляет экономический анализ деятельности государственных предприятий, утверждает их экономические показатели и проводит проверки финансово-хозяйственной деятельности и использования имущественного комплекса;
- осуществляет функции государственного заказчика федеральных целевых, научно-технических и инновационных программ и проектов в сфере туризма;

взаимодействует с международными организациями в сфере туризма; создает представительства за пределами РФ в сфере туризма;

организует конгрессы, конференции, семинары и др. мероприятия;

реализует меры поддержки малого и среднего предпринимательства.

Мезоэкономический уровень – это органы управления туризмом субъектов РФ, в каждом субъекте созданы различные подведомственные структуры, которые в зависимости от статуса субъекта имеют свое название и структуру, это различные министерства, департаменты, комитеты, управления и агентства, которые, в общем, выполняют функции по контролю и обеспечению эффективной туристской деятельности.

В качестве примера мы рассмотрим организацию управления туризма в Ханты-Мансийском автономном округе - Югре. В нашем субъекте создан Департамент промышленности, в состав которого входит Управление туризма, включающего два Отдела – Отдел мониторинга туризма и межрегионального сотрудничества и Отдел развития туризма. Далее сформированы Управления культуры в каждом муниципалитете округа, всего их 22 в регионе [3].

Микроэкономический уровень представлен организациями, непосредственно оказывающими туристские услуги и организациями посредниками.

К организациям непосредственного обслуживания относят: турфирмы: туроператоры и турагенты; организации прямого назначения: средства размещения, лечебно-оздоровительные учреждения, перевозчики; организации и предприятия по изготовлению сувенирной продукции; организации торговли сувенирной продукцией; организации, оказывающие дополнительные услуги туристам; организации по рекламе туризма; организации по страхованию; информационные туристские организации.

К организациям-посредникам относятся: предприятия питания вне гостиничного хозяйства; транспортные предприятия; предприятия по производству сельскохозяйственной продукции; банки, химчистки, парикмахерские, лечебные заведения и т.д.; учебные организации [2, С.80].

На современном этапе данные предприятия представляют свои интересы посредством ассоциаций по различным видам деятельности, в частности речь идет о таких организациях как: Российский союз туристской индустрии (РСТИ), Ассоциация туроператоров России (АТОР), Ассоциация туризма (АСТУР), Российская ассоциация социального туризма (РАСТ), Туристско-спортивный союз России (ТССР), Российская гостиничная ассоциация (РГА) и др.

Приоритетными направлениями государственного регулирования туристской деятельности на современном этапе является поддержка внутреннего, въездного, социального и самостоятельного туризма. Создание эффективного баланса между территориальными и отраслевыми хозяйственными комплексами, обеспечения занятости в сфере туризма, обеспечение получения прибыли от туристской деятельности как на уровне регионов, так и государства в целом [1, С. 34].

Задачами эффективного государственного регулирования туристско-рекреационным комплексом в РФ являются:

формирование и реализации на всех уровнях управления экономической и социальной политики в области развития туризма;

создание условий для реализации социального туризма; разработка и реализация целевых программ по развитию туризма в РФ и ее отдельных регионах;

содействие инвестированию в государственный и частный туристский бизнес; содействие кадровому обеспечению туристской деятельности; совершенствованию стандартизации и сертификации в туристской индустрии;

создание условий для участия в международных туристических программах, как туристов, так и организаторов туризма;

продвижение туристского продукта на внутреннем и мировом туристском рынках;

укрепление туристского имиджа России.

Таким образом, сложившиеся уровни управления туристско-рекреационным комплексом РФ должны создавать условия для дальнейшей максимизации положительного социального эффекта от развития туризма в стране.

Список литературы

1. Пенкина Н. В. Состояние туристско-рекреационного комплекса Ханты-Мансийского автономного округа - Югра // Дискуссия. Екатеринбург, ООО «Институт современных технологий управления. - 2015.- № 11 (63) декабрь. - С. 33-38.
2. Пенкина Н. В. Туристский регион: теоретико-методологические подходы // Культура, наука, образование: проблемы и перспективы: материалы IV Всероссийской научно-практической конференции (г.Нижневартовск, 12–13 февраля 2015 года). Часть II. / Отв. ред. А.В.Коричко.–Нижневартовск: Изд-во Нижневарт. гос. ун-та,2015. С.80-82
3. Туризм в Югре // Официальный сайт администрации ХМАО-Югры. Режим доступа: [URL http://www.tourism.admhmao.ru/](http://www.tourism.admhmao.ru/) (дата обращения 27.06.2017 года).
4. Федеральная целевая программа "Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011 - 2018 годы)" (в ред. Постановлений Правительства РФ от 18.09.2012 N 936: URL www.russiatourism.ru (дата обращения 20.06.2017 года).

ФОРМИРОВАНИЕ МОДЕЛЕЙ ОБЩЕСТВЕННОГО КОНТРОЛЯ В СФЕРЕ ЖИЛИЩНО-КОММУНАЛЬНОГО КОМПЛЕКСА, КАК ЭФФЕКТИВНОЙ ОСНОВЫ РАЗВИТИЯ ГРАЖДАНСКОГО ОБЩЕСТВА В РОССИИ

1 Филюшина К.Э., 1 Труш Е.А., 1 Добрынина О.И., 2 Минаев Н.Н.

1 Томский государственный архитектурно-строительный университет, г. Томск,
2 Национальный исследовательский Томский политехнический университет, г. Томск

**Исследование проведено при финансовой поддержке РФФИ.*

Проект «Формирование экономических и управленческих моделей общественного контроля в сфере жилищно-коммунального комплекса Томской области», № 17-12-70004 а(р), 2017 г.

Актуальность предлагаемых идей и решений заключается в их необходимости для современного общества в настоящий момент времени в условиях сложившейся социально-экономической ситуации.

Жилищно-коммунальный комплекс является важнейшей отраслью региональной и муниципальной экономики, обеспечивающей предоставление населению жизненно важных услуг социального характера. В то же время, система управления жилищно-коммунальным комплексом неэффективна по причине неэффективности технической политики, политики энергосбережения и ресурсоэффективности, тарифной и кадровой политики. Следствием всего этого является нарастающий кризис функционирования жилищно-коммунального комплекса регионов России и неудовлетворенность населения в качестве предоставляемых услуг [1].

Одним из путей повышения эффективности работы отрасли является активное включение граждан – потребителей жилищных и коммунальных услуг в процесс контроля за качеством их предоставления. На уровне Правительства Российской Федерации предприняты меры по реализации данного направления. Так, в соответствии с Указом Президента Российской Федерации от 7 мая 2012 г. № 600 «О мерах по обеспечению граждан Российской Федерации доступным и комфортным жильем и повышению качества жилищно-коммунальных услуг» (подпункт «ж» пункта 2) и Указом Президента Российской Федерации от 7 мая 2012 г. № 601 «Об основных направлениях совершенствования системы государственного управления» (подпункт «х» пункта 2) в Российской Федерации началось развитие сети общественных организаций, осуществляющих общественный контроль в сфере ЖКХ [2].

Все это требует развития института общественного контроля в сфере жилищно-коммунального комплекса в системе местного самоуправления и гражданского общества, направленного на решение проблем в сфере эффективного функционирования отрасли, предоставления качественных жилищно-коммунальных услуг, защиты прав потребителей в жилищно-коммунальном комплексе.

Формирование института общественного контроля требует поиска эффективных моделей объединения усилий общественных организаций и органов власти для решения проблем в жилищно-коммунальном

комплексе, повышения эффективности работы отрасли, улучшения качества жизни граждан, учитывающих многообразие субъектов во всех их связях и зависимостях [3].

Общественный контроль может выступать неотъемлемой частью успешного развития государства и общества. Для обеспечения устойчивого функционирования и развития аппарата государственной власти общество должно обладать современными и эффективными инструментами независимого контроля над деятельностью государственных органов и органов местного самоуправления. Сегодня таким инструментом является общественный контроль, осуществляемый общественными организациями.

Как известно, местное самоуправление не может устойчиво развиваться без развития социальной среды, гарантом развития которой является контроль. Общественный контроль является основой развития местного самоуправления, поскольку устанавливает контроль над всеми сферами компетенции местного самоуправления (образование, здравоохранение, физическая культура и спорт, экология, ЖКК). Выборные органы власти через механизмы общественного контроля устанавливают контроль над органами местного самоуправления во всех сферах, следовательно, чем сильнее контроль, тем мощнее развивается МСУ, а значит, органы МСУ более отвечают требованиям граждан, выбравших их из своего числа [4].

Также необходимо отметить, что по состоянию на 1 марта 2016 года, из всех регионов, только в 44 субъектах РФ были подписаны соглашения о взаимодействии субъектов РФ с некоммерческим партнерством «ЖКК – развитие».

Для развития института общественного контроля в сфере ЖКК требуется формирование эффективной модели, учитывающей многообразие субъектов во всех их связях и зависимостях. На этапе создания модели особое внимание следует уделить разработке индикаторов оценки эффективности результатов реализации модели [5].

Исходя из сложившейся теории и практики можно выделить следующие задачи функционирования ОК ЖКК:

1. Формирование и развитие гражданского правосознания.
2. Повышение уровня доверия граждан к деятельности государства, а также обеспечение тесного взаимодействия государства с институтами гражданского общества.
3. Содействие предупреждению и разрешению социальных конфликтов.
4. Реализация гражданских инициатив, направленных на защиту прав и свобод человека и гражданина, прав и законных интересов общественных объединений и иных негосударственных некоммерческих организаций.
5. Обеспечение прозрачности и открытости деятельности органов государственной власти, органов местного самоуправления, государственных и муниципальных организаций, иных органов и организаций, осуществляющих в соответствии с федеральными законами отдельные публичные полномочия.
6. Формирование в обществе нетерпимости к коррупционному поведению.
7. Повышение эффективности деятельности органов государственной власти, органов местного самоуправления, государственных и муниципальных организаций, иных органов и организаций, осуществляющих в соответствии с федеральными законами отдельные публичные полномочия.

Объектом исследования выступает общественный контроль в сфере жилищно-коммунального комплекса.

Предметом исследования выступает формирование институтов общественного контроля в сфере жилищно-коммунального комплекса в системе местного самоуправления и гражданского общества.

Цель исследования состоит в разработке теоретических основ и методологической базы для формирования институтов общественного контроля в сфере жилищно-коммунального комплекса в системе местного самоуправления и гражданского общества, направленных на содействие повышению качества жизни российских граждан путем роста эффективности работы жилищно-коммунального комплекса.

Задачи исследования. Указанная цель обусловила необходимость постановки и решения следующих научных задач:

- выявить место, роль и значение ОК ЖКК в системе местного самоуправления и значение для формирования гражданского общества;
- выявить ключевые тенденции развития ОК ЖКК в современной России;
- выявить основные проблемы на пути становления институтов ОК ЖКК в российских регионах;
- проанализировать взаимодействие субъектов ОК ЖКК, выявить и систематизировать положительные эффекты от внедрения ОК ЖКК для каждого субъекта;
- разработать региональные модели развития институтов ОК ЖКК с учётом местной специфики

(вариантные модели и сценарии развития);

– разработать систему индикаторов эффективности функционирования моделей ОК ЖКК в разрезе предлагаемых моделей и сценариев развития;

– разработать и обосновать меры по стимулированию развития институтов ОК ЖКК в контексте субъектов ОК ЖКК [6].

Список литературы

1. Dobrynina, O.I. Critical analysis of the public regional programs on energy efficiency in the context of housing and utilities sector / O.I. Dobrynina, N.N. Minaev, K.E. Filushina, Y.A. Kolykhayev, E.A. Zharova // Mediterranean Journal of Social Sciences. 2015. Т. 6. № 3. С. 127-132.
2. Merkuleva, J.A. Regional models on managing the public-private partnership projects in housing and communal complex / J.A. Merkuleva, O.I. Dobrynina, N.N. Minaev, K.E. Filushina, Y.A. Kolykhayeva // Mediterranean Journal of Social Sciences. 2015. Т. 6. № 3. С. 55-62.
3. Zharova, E.A. Formation of a regional process management model for energy efficiency of low-rise residential construction / E.A. Zharova, N.N. Minaev, K.E. Filushina, A.M. Gusakov, N.V. Gusakova // Mediterranean Journal of Social Sciences. 2015. Т. 6. № 3. С. 155-160.
4. Добрынина, О.И. Разработка приоритетных направлений и индикаторов развития жилищно-коммунального комплекса регионов / О.И. Добрынина, Н.Н. Минаев, К.Э. Филюшина, Ю.А. Колыхаева // Экономическое возрождение России. 2014. № 3 (41). С. 130-137.
5. Добрынина, О.И. Матрица сценарных вариантов управления жилищно-коммунальным комплексом городов России / О.И. Добрынина, Н.Н. Минаев, К.Э. Филюшина, Ю.А. Колыхаева // Региональная экономика: теория и практика. 2015. № 2 (277). С. 56-66.
6. Добрынина, О.И. Закономерности и проблемы развития коммунального комплекса России: вектор реформ / О.И. Добрынина, Н.Н. Минаев, Н.Р. Шадейко, А.А. Селиверстов, Ю.А. Колыхаева // Региональная экономика: теория и практика. 2015. № 34 (409). С. 2-13.

СЕКЦИЯ №3.

ФИНАНСЫ, ДЕНЕЖНОЕ ОБРАЩЕНИЕ И КРЕДИТ (СПЕЦИАЛЬНОСТЬ 08.00.10)

ПОИСК НОВЫХ КАНАЛОВ ФИНАНСИРОВАНИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ТЮЗОВ:
ИСТОРИЧЕСКИЕ ПРЕДПОСЫЛКИ И СОВРЕМЕННОСТЬ

SEARCH OF NEW CHANNELS OF FINANCING OF ACTIVITY OF THEATRES FOR YOUNG
AUDIENCE: HISTORICAL PREREQUISITES AND PRESENT

Ивлева О.Е.

Аспирант, Государственный НИИ системного анализа Счетной палаты Российской Федерации

***Аннотация.** В данной статье рассмотрены основные концепты поиска новых каналов финансирования деятельности Театров Юного Зрителя. Автором рассмотрены исторические предпосылки поиска новых каналов финансирования деятельности детских театров, обоснована современная проблема развития института детского театра в России с позиции финансирования. Предложен проект Ассоциации ТЮЗов как одного из способов стимулирования поиска новых каналов финансирования деятельности детских театров. Делается вывод о том, что крупное национальное объединение ТЮЗов позволит не только минимизировать финансовые проблемы учреждений и активизировать каналы финансирования (государственные, частные и пр.), но и обратить внимание высших органов власти на проблемы института детского театра в общем.*

***Ключевые слова:** ТЮЗ, принципы финансирования, ассоциация, недофинансирование, сфера культуры, детский театр*

Рубеж XX-XXI веков характеризуется появлением «нового» русского театра. Конец 80-х – первая половина 90-х годов является как для всей страны в целом, так и для театрального дела в частности временем распада, временем, когда старый театр умирал, а новый еще не появился.

По-настоящему наступление и становление нового театрального поколения и, соответственно, нового русского театра начинается со второй половины 90-х годов, ближе к их концу. Это время завершения первого передела собственности и вступления театра на путь превращения в рынок культурных услуг, время выхода на сцену жизни тех, чьи школьные и студенческие годы пришлось на начало перестройки. В силу, в управление делами, в том числе и делами театральными, вступили те, чьи жизненные, политические, идеологические, культурные и прочие установки лежали в плоскости, прямо противоположной тем идеалам и ценностям, которые провозглашала советская эпоха. Выступившие новые поколения, в свою очередь, ментально равнялись на тех, кто отрекся от этих идеалов и ценностей еще раньше. Путь постепенной качественной эволюции страны и общества, на которую кто-то, возможно, еще надеялся в начале перестройки, был на самом деле отменен с порога и выбран другой – путь радикальной мировоззренческой, социальной и прочей ломки [3, с. 51].

В 1990 году Академией наук СССР определены основные направления государственной политики РФ в сфере развития художественной культуры на все предстоящее десятилетие: 1) активное формирование законодательной базы в сфере культуры вообще; 2) сохранение и развитие спонсорства и меценатства, переход учреждений культуры на самофинансирование, расширение спектра платных услуг; 3) повышение социальной роли художественной культуры: информативности, внедрение новых информационных технологий, количества и качества культурных услуг путем распространения через СМИ и пр. [6, с. 24-25]

Такие мероприятия были направлены на разработку и внедрение реальных экономических механизмов перехода от системы хозяйственного обеспечения развития культуры по остаточному принципу к приоритетному, на переход от учрежденческой формы существования культуры к регулируемому рынку культурных услуг, охраняемому от монополизации, как законодательными средствами, так и через экономическое стимулирование многообразия культурной продукции.

На практике же реализация намеченных стратегий культурной политики была сопряжена с рядом серьезных социокультурных проблем, которые выделил кандидат исторических наук Ю.Ф. Фёдоров: 1) общемировой кризис культурной сферы; 2) слабый контроль государства над сферой художественной культуры и невыполнение им защитных функций по отношению к духовному здоровью общества и человека; 3) коммерциализация художественной культуры, которая вызвала кризис в культуре, появление массовой коммерческой культуры, шоу-бизнеса, имевших низкий культурный уровень; 4) обострение социально-экономических отношений, чрезмерная суверенизация художественной культуры; 5) недостаточная проработанность законодательной базы привели к появлению противоречащих друг другу законов; 6) недофинансирование художественной культуры негативно сказалось на ее состоянии, особенно на положении творческой интеллигенции; 7) недоступность культурных благ большинству населения привела к оторванности от продуктов отечественной культуры многих слоев населения (особенно малоимущих) в малонаселенных и средних населенных пунктах (в частности, на периферии и в сельской местности) и возрастных групп (особенно молодежи); 8) фактическое прекращение притока в профессию новых кадров, низкая заработная плата работников культуры, «утечка умов» за рубеж привели к непопулярности культурной сферы и повлекли за собой массовый отток кадров из профессии [12, с. 179].

Финансовые же трудности, испытываемые как государственными, так и частными некоммерческими учреждениями в России, привели к повышению цен на билеты на некоторые спектакли и особенно концерты современной музыки, что сделало их недоступными для основной массы населения. Снижение уровня жизни и высокие цены сказались на посещаемости театров, концертных залов, музеев, уменьшившейся в 1990-е годы более чем в два раза [4].

К этому следует добавить значительные разрушения социальной инфраструктуры культуры, что усугубляет трансформацию ценностных ориентаций, прежде всего, молодого поколения. Драматические театры с начала 90-х гг. практически исключили из своих афиш детский и юношеский репертуар как экономически невыгодный. Это можно объяснить двумя наиболее существенными причинами, вытекающими одна из другой.

В первую очередь, в названном этапе развития Россия была попросту не готова к борьбе со множеством новых для нее экономических, политических и социальных вызовов, выросло целое поколение людей, оказавшихся в определенном нравственно-идеологическом вакууме. Иными словами, пока развивался трансформационный процесс, государство отстранилось от молодежной политики и молодежь

находилась на периферии государственных интересов. Она была представлена только самой себе, и у нее не были развиты патриотические ценностно-нормативные основания. Следовательно, если старшее поколение еще представляло формы, методы и результат патриотического воспитания, то молодежь не имела четких представлений о системе патриотических ценностей и ориентиров. Слабое развитие, возможно, даже отсутствие патриотических ценностно-нормативных оснований привело к переоценке культурных, этических и духовных ценностей предшествующих поколений, нарушению преемственности поколений и, соответственно, ослаблению передачи социокультурного и социально-политического опыта от старшего поколения к последующему [2].

Во-вторых, произошедшие культурные перемены не могли не сказаться на досуговой деятельности детей и молодежи. И досуг характеризует теперь набор форм досуговой деятельности, отличный от предшествующих поколений. Расширение форм досуга связано с туризмом, путешествиями, возможностью поездок за границу, появлением разнообразных программ (казино, экзотические театры), с новыми техническими средствами в области массовой коммуникации (журналы, интернет, видеокассеты, радио и пр.) [10, с. 46].

Помимо расширения форм досуговой деятельности, произошли изменения в направлении культурных ориентиров и потребностей молодежи. Социологи отмечают следующие тенденции: массовизацию вкусов и всего досуга молодежи; снижение интереса к высокому искусству; уменьшение роли чтения в структуре досуга молодежи; предпочтение тех форм проведения свободного времени, которые предполагают межличностное общение [1, с. 73].

Таким образом, многие ТЮЗы в отсутствие устоявшейся государственной политики, финансовой поддержки, интереса детей и молодежи к театральному искусству, переориентировали свой репертуар на взрослую аудиторию [7, с. 27]. Однако, в период кризисных 90-х были и положительные моменты – стали развиваться детские театральные студии и процветали молодежные фестивали совместно с региональными детскими театрами и ТЮЗами; это был практически единственный способ «пополнить» зрительский зал. До этого времени любительские фестивали оставались строго ведомственными, а значит, во-первых, идеология мероприятия определялась проводящим ведомством, во-вторых, коллективы разного подчинения не могли участвовать в одном празднике или конкурсе, а фестивали коллективного подчинения вообще не предусматривались.

Однако, с наступлением нового десятилетия ситуация начала меняться. Лидеры детского театрального движения заручились поддержкой самых разных творческих организаций и организаций спонсоров. В таких условиях стали активно расти фестивали, ориентированные на показ студийных детских театров, например, фестиваль «Московские каникулы в Городском Дворце Пионеров, автором которого был руководитель ТЮМа (Театра Юных Москвичей) А.Н. Тюкавкин, или фестиваль «Синяя птица» в Нижнем Новгороде, руководителем которого стала директор Народного ТЮЗа Вера Горшкова [5, с. 34].

После 1991 года проблема финансирования встала еще более остро: ни государство, ни спонсоры не могли помочь в необходимой степени, большие фестивали стали уходить в историю. Зато их место заняли мероприятия меньшего масштаба, такие как: «Театральный квадрат», проведенный в 1994 году в МТЮЗе, «Московские каникулы» в 1997 году, организованные известным деятелем в детском театральном мире А. Калашниковым, «Рождественские встречи» в Вологде организовались на базе Детского музыкального театра студии, «Театральные ладушки» в Глазове затеял муниципальный театр «Парафраз» и так далее. Таким образом, независимые фестивали выполняли «высокую» функцию социализации и воспитания молодежи в столь «вакуумное» время.

Для рубежа веков характерно стремление поднять средний уровень детского театрального движения, организовать учебу для руководителей коллективов. Цели, сформулированные Бюро Детских Театров НАРКОМПРОСа в 1918 году, начали воплощаться в жизнь в конце века. Первый семинар для руководителей детских театральных коллективов организован кабинетом Любительских Театров Союза Театральных Деятелей РФ. Сюда на курсы два раза в год собираются детские театральные режиссеры и педагоги со всей России. Состав слушателей уже много лет стабилен, участники семинара, в основном, имеют профессиональное театральное образование. Руководитель семинара - профессор ВТУ им. Щепкина Н. А. Петрова [8, с. 112].

Таким образом, на рубеже XX-XXI можно заметить, что ситуации в исследовании проблем подрастающего поколения заметно изменилась. Всё реже в дискуссиях возникают сомнения по поводу того, нужны ли вообще детские театры, «быть или не быть ТЮЗу» сегодня. Наоборот, «ТЮЗовское» движение становится более активно, приобретает разнообразие форм. Не хватает этому движению одного –

системного финансирования и осмысленной организации, что позволило бы сделать развитие детей гармоничным и полноценным, а не отрывочным.

ТЮЗы прошли долгий путь становления и развития. На сегодняшний день они стали полноценными театрами, направленными на работу с детьми. Однако, сеть таких театров насчитывает всего 77 театров, причем в 35 регионах ТЮЗы как таковые отсутствуют, а 42 регионах – нуждаются в ремонте, т.к. находятся в аварийном состоянии. Одна из проблем, приведших к такой ситуации – это перманентное недофинансирование сферы исполнительских искусств в целом. Важно отметить, что принципы финансирования детских театров не отличаются от принципов финансирования драматических театров, однако ТЮЗы не могут завышать цены на билеты, тем самым компенсируя нехватку средств, в регионах же многие детские театры не могут заработать на гастролях [11]. Исходя из этого, необходимы меры по самоорганизации механизма финансовой поддержки сферы исполнительских искусств для детей. Данный тезис можно подкрепить, во-первых, признанным экспертами фактом «провала» [9] Концепции развития театрального дела по причине отсутствия четкого механизма планирования, в частности, финансовом, театральной сферы, а также тем, что в 2016 году в 19 регионах снижено бюджетное финансирование театральной сферы в общем [9].

Современное развитие детского театра в России поставило ряд задач, без решения которых, дальнейшее существование и развитие этого театрального «вида» ставится под сомнение. Одним из важных этапов реформирования является стремление к профессиональному объединению и совместному обсуждению и решению проблем, связанных с изначальной функцией детских театров – их эстетическое и духовное воспитание. Единая централизованная система театров юного зрителя России развалилась давно, однако, потребность общаться на профессиональном уровне, совместно отстаивать свои интересы на различных уровнях, обмениваться идеями, информацией, проектами, делиться опытом становится все более актуальной. Именно эти идеи могут лечь в проект по созданию единого «тюзовского пространства», способного не только заполнить создавшийся вакуум и совместными усилиями поднять творческую деятельность ТЮЗов на новую ступень развития, но и сгенерировать собственный фонд финансирования и развития детского театра как института.

Этим решением может стать Ассоциация ТЮЗов России. Основной миссией Ассоциации может стать сохранение и развитие одного из важнейших театральных направлений – театра для детей и юношества, координации деятельности её членов, объединяющей их на идеологическом уровне под общей воспитательной и образовательной миссией; служащая полноценной работе и развитию сети таких театров в тесном сотрудничестве с органами исполнительной власти города и страны по культуре и образованию, представление их общих имущественных и неимущественных интересов, усовершенствование оказания театральных услуг, налаживание гастрольно-фестивальной деятельности.

Федеральный Закон «О некоммерческих организациях» №7-ФЗ предоставляет членам ассоциаций (союзов) право безвозмездно пользоваться услугами объединений. Содержание предоставляемых услуг определяется целями и задачами, которые поставлены перед объединением, создавшими его юридическими лицами. В основном - это услуги управленческого, консультативного, организационного, юридического характера. Именно для получения такого рода услуг образуются ассоциации и союзы, деятельность которых финансируется за счет имущественных взносов участников.

Целью создания Ассоциации может стать создание и развитие организации, которая стала бы площадкой диалога театров для детей, юношества и молодёжи России с образовательной сферой города и страны, объединяющей их на идеологическом уровне под общей воспитательной и образовательной миссией исходя из первичной формулировки зарождения данного движения еще в XX веке, предложенной А.А. Брянцевым - «Детский театр – театр педагогический, особого назначения»; объединяющей организации, служащей полноценной работе и развитию сети таких театров в тесном сотрудничестве с органами исполнительной власти города и страны по культуре и образованию.

Основные задачи, которые могут стоять перед Ассоциацией:

1) Привлечение в ассоциацию максимального количества организаций, соответствующих понятию «Театр для детей, юношества и молодёжи», с целью объединить под эгидой Ассоциации наибольшее количество театров, для формирования единого поля действия и развития подотрасли. Под такими театрами мы понимаем театры, спектакли которых поставлены на аудиторию младше 18 лет, то есть, детские театры (их в России сейчас 124), ТЮЗы (77 театров), некоторые молодёжные театры (молодёжных театров в России насчитывается 111, но не все они соответствуют критерию основной целевой аудитории). Учитывая то, что по данным «Театральной России» [13] всего театров в нашей стране 940, то процент

интересующих нас организаций достаточно велик, что означает, что поле, выбранное нами для разработки, имеет очень и очень большой потенциал – около 30% театров России попадают в интересующую нас категорию. Такой вид театра принято называть детским, хотя, по отзывам многих и многих взрослых посетителей таких театров очень часто именно на «детских» спектаклях они вспоминают то «доброе и вечное», чего так сильно не хватает на современном витке развития театрального промысла.

2) Донесение до организаций главной идеи создания Ассоциации – восстановление сути деятельности подотрасли под девизом брянцевского движения развития детских театров в 20-м веке «Детский театр – театр педагогический, особого назначения», с дополнением сегодняшних реалий, сформулированных в продолжении прежнего слогана – «и глубокой ответственности».

3) Разработка системного плана мероприятий и встреч для полноценного и непрерывного диалога между организациями;

4) Выполнение работ по анализу репертуара, вступивших в Ассоциацию театров для проведения дальнейшей работы;

5) Исследование репертуара на предмет отсутствия спектаклей определённой смысловой нагрузки, позволяющей молодому или юному человеку определиться с важными категориями жизни современного человека, научиться правильно относиться к этим категориям бытия;

6) Определения круга тем (в тесном контакте со всеми участниками процесса – представители органов исполнительной власти по культуре и образованию, представители школ, психологи, педагоги и инициативные учащиеся) обязательных к изучению и освещению в детских театрах, например: «Деньги. Их место в жизни человека и цивилизации», «Любовь», «Честь и достоинство», «Самодостаточность», «Честность» и т.д.;

7) Составление на основании результатов работы по предыдущему пункту списков произведений, максимально чётко и недвусмысленно освещающих положительные аспекты каждой из обозначенных тем;

8) Обсуждение репертуарного предложения детских театров на основе анализа репертуара и разделения самими театрами своих спектаклей по возрастным категориям;

9) Выявление неохваченных репертуарным предложением возрастных групп;

10) Предложение и обсуждение конкретных списков литературных произведений для спектаклей для того чтобы восполнить недостающие смысловые звенья в основополагающих вопросах человеческой жизнедеятельности.

11) Привлечение к обсуждению списков, составленных по предыдущему пункту, режиссёров, которые в соответствии с общими установками Ассоциации, согласны сотрудничать с её членами и ставить спектакли «на местах».

12) Поиск или дополнительных средств на капитальный ремонт, постановку спектаклей, дополняющих репертуары театров недостающими смыслообразующими постановками.

13) Планирование постройки театров в регионах, где они полностью отсутствуют (м.б. на базе государственно-частного партнерства).

Таким образом, создание Ассоциации ТЮЗов России позволит не только оптимизировать систему финансирования данной «подотрасли» театральной сферы, но и увеличит шансы на финансирование из государственного бюджета и более четко представит высшим органам власти проблемы, стоящие перед институтом детского театра в целом.

Список литературы

1. Алисов Д.А. Социокультурный облик городской молодежи в условиях «перестройки» и современных реформ // Вестник Омского университета. - 1996. – Спец. вып. 3. – С. 71–75.
2. Будаева Ц. Б., Гармаев Б. Б. Патриотическое воспитание молодежи: проблемы и пути их решения // Вестник БГУ. – 2015. – №6. – С. 211–216

3. Вислова А.В. Русский театр на сломе эпох. Рубеж XX-XXI веков, - М.: Университетская книга, 2012. – 272 с.
4. Гасратян К. Проблемы развития сферы культуры в России. // Вопросы экономики (Москва). – 2003. – №10. – С.117-129
5. Зимин В. Д. Тенденции развития театра детей как явления искусства: Дис. ... канд. искусствоведения: 17.00.09 Москва, 2005. – 142 с.
6. Культура и перестройка: нормы, ценности, идеалы. М.: Акад. наук СССР, 1990. С. 24-25.
7. Мешкова А.В. Власть и художественная интеллигенция в постсоветский период отечественной истории (1991-2006 гг.): автореф. дис. ... канд. ист. наук. М., 2006. 35 с.
8. Никитина А. Б. Театр, где играют дети, в поисках собственной идентичности: диссертация ... кандидата искусствоведения: 17.00.01. – Москва, 2002. – 269 с.
9. Отсутствие контроля за реализацией Концепции развития театрального дела формирует риски недостижения поставленных в ней задач к 2020 году. – 03.04.2017 // Официальный сайт Счетной палаты РФ. – [Электронный ресурс]: режим доступа http://www.ach.gov.ru/press_center/news/29921
10. Ульянова М. Организация досуговой деятельности // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены – 2000. – №1. – С. 45-48
11. Участник форума обратила внимание на развитие ТЮЗов. – 25.04.2017 // Портал «Без формата». – [Электронный ресурс]: режим доступа <http://omsk.bezformata.ru/listnews/obratila-vnimanie-na-razvitie-tyuzov/56818175/>
12. Федоров Ю. В. Тенденции и противоречия культурной политики в России в 1985-1999 г.: дис. ... канд. ист. наук. М.: Изд-во МИГУ, 1999. – 199 с.
13. Электронная версия театрального справочника «Театральная Россия». – [Электронный ресурс]: режим доступа <http://www.rosteatr.ru/ru/search.aspx?navigate=1>.

ФУНДАМЕНТАЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ КОМПАНИИ НА ПРИМЕРЕ ПАО «МТС» И ПАО «МЕГАФОН»

Ишбаев А.А., Исмагилова А.С.

Казанский (Приволжский) Федеральный Университет, г. Казань

Аннотация. В данной статье рассматриваются основные показатели оценки инвестиционной привлекательности компании. Представлена сравнительная оценка данных показателей двух компаний: ПАО «МТС» и ПАО «Мегафон».

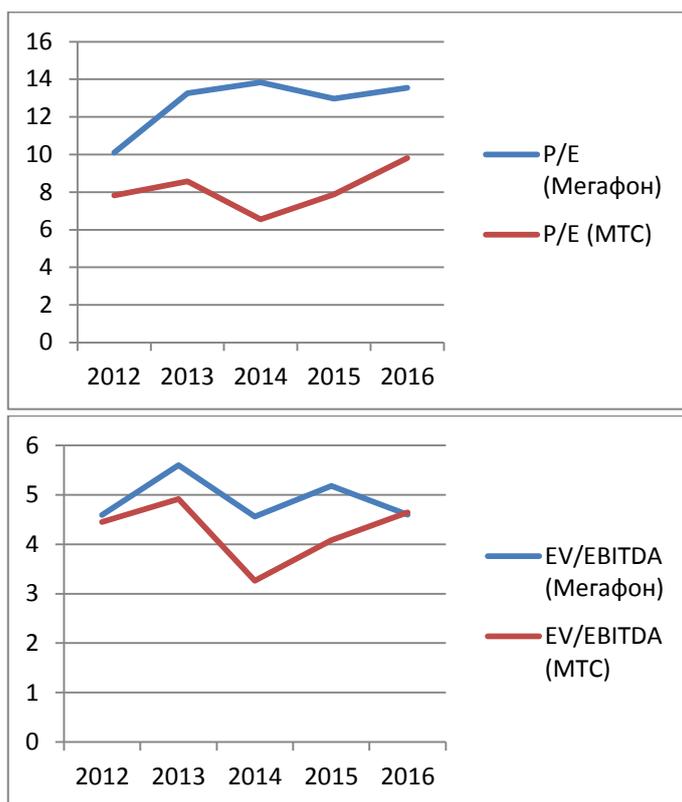
Ключевые слова. Фундаментальный анализ, инвестиционная привлекательность, инвестиции, акция.

Основоположниками фундаментального анализа по праву считаются Бенджамин Грэм и Дэвид Додд, авторы книги «Анализ ценных бумаг» опубликованная в 1934 году. Авторы используют понятие финансовый анализ в который включают экономический анализ, анализ рынка капитала, отраслей и ценных бумаг. В своей книге Б.Грэм и Д.Додд формулируют основную цель анализа ценных бумаг «...направлен на оценку будущих цен и доходности ценных бумаг, чтобы можно было определить переоцененные бумаги от недооцененных». (Грэм и Додд)

Фундаментальный анализ представляет собой комплексную оценку объекта инвестирования и тесно связан с институциональным (изучает законодательство, политическую обстановку, уровень развития отраслей и секторов экономики), финансовым (оценивает денежные потоки), экономическим (рассчитывает и анализирует различные показатели финансово-хозяйственной деятельности организации), социальным (исследует социальные отношения в обществе) анализами.

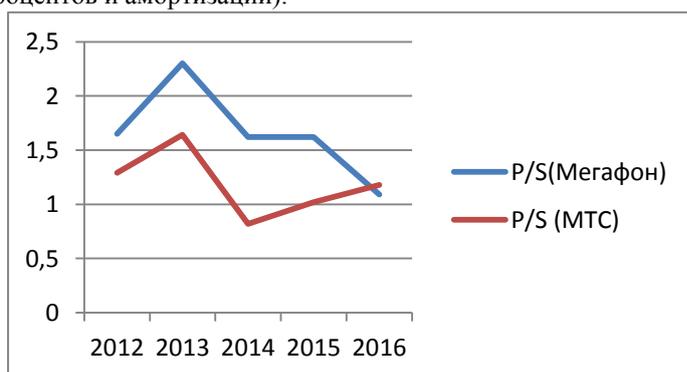
Целью фундаментального анализа является оценка истинной стоимости ценной бумаги для того, чтобы инвестор мог принять оптимальное инвестиционное решение.

Р/Е (Рыночная капитализация/Чистая прибыль) показывает за сколько лет прибыль покроет расходы на покупку ее акции. У стабильных компаний обычно низкое значение Р/Е.



За 2016 год по Мегафону этот показатель составил 13,54 года, по МТС – 9,81 год. Данный показатель по двум компаниям за последние 5 лет вырос, но при этом темпы роста у МТС выше, чем у Мегафона. Это свидетельствует о том, стоимость акции растет быстрее, чем прибыль приходящаяся на одну обыкновенную акцию.

Показатель P/E нельзя считать надежным, т.к. P- не учитывает долг организации, а E – не учитывает расходы остающиеся в распоряжении организации, т.е. амортизацию. Поэтому для более надежного прогнозирования используют отношение EV/EBITDA (Стоимость компании/Прибыль до вычета налогов, процентов и амортизации).



Динамика EV/EBITDA немного отличается от динамики P/E тем, что у Мегафона она снижается, а у МТС повышается.

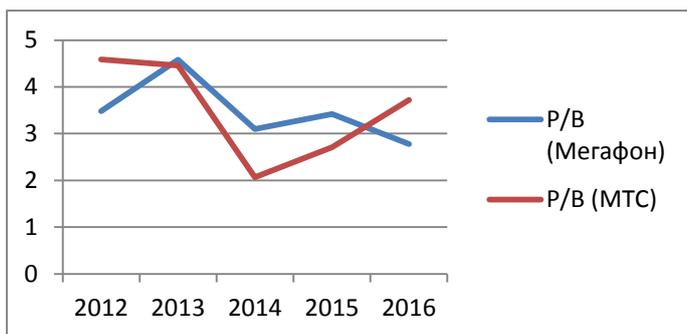
P/S (Рыночная капитализация/Выручка), также как показатель P/E описывает компанию с точки зрения генерирования прибыли одним вложенным рублем инвестором.

Преимущество данного показателя над P/E заключается в том, что его можно использовать для оценки компаний получивших убыток в отчетном периоде.

Небольшие значения P/S свидетельствуют о недооцененности компании, большие – о завышенной оценке.

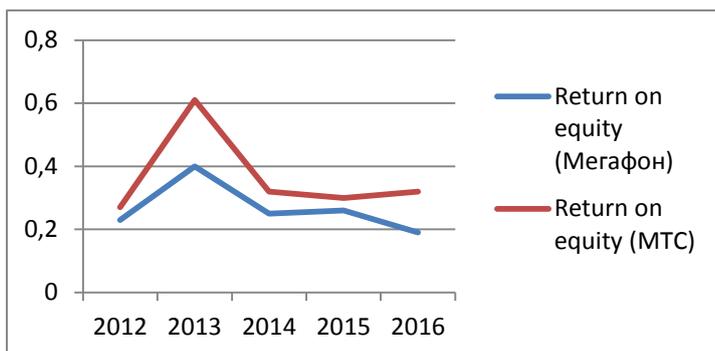
P/S компании МТС с 2014 года повышается, а компании Мегафон за все 5 лет снижается. Следовательно акции Мегафона являются более привлекательными. Но причиной снижения P/S компании Мегафон заключается в снижении стоимости акций начиная с 2014 года, тогда как динамика цен акций МТС является более стабильной и показывает тенденцию к росту.

P/B (Рыночная капитализация/Балансовая стоимость активов) показывает количество денег, которые остались бы после продажи компании и погашения долгов. Акции с P/B = 1 продаются по балансовой стоимости, P/B < 1 считаются недооцененными.



Здесь также наблюдается тенденция к росту у акций МТС, и снижение у акций Мегафона, что в основном связано с изменением курса акций, как отмечалось выше.

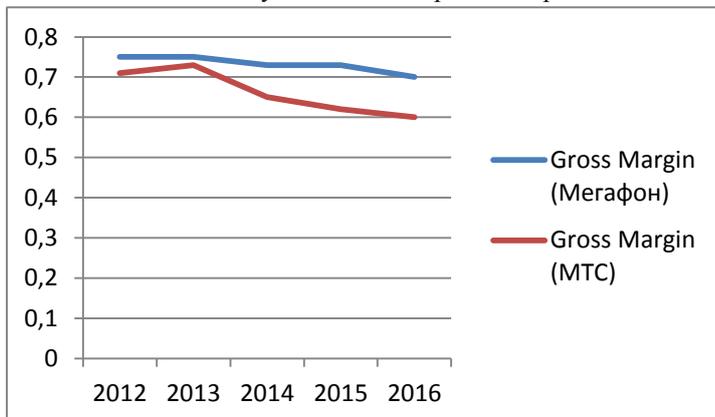
Для более точной оценки следует использовать P/B в паре и коэффициентом доходности капитала ROE (Return On Equity). ROE вычисляется по формуле (Чистая прибыль/Чистые активы) и показывает под какую ставку работают средства вложенные акционерами.



Так у МТС этот показатель снижался начиная с 2013 года по 2015 год, в 2016 году показал небольшой рост и составил 32%. У Мегафона этот показатель ниже чем у МТС и на 2016 год составил 19%.

Показатели P/B и ROE должны иметь одинаковую тенденцию, т.е. при росте ROE должен расти и P/B. Низкий ROE и высокий P/B может говорить о переоценке акций, высокий ROE и низкий P/B – о недооценке.

Валовая маржа (Gross Margin) вычисляется по формуле ((Объем продаж – Себестоимость)/Объем продаж) и представляет собой процент от общего объема выручки, что компания сохраняет после понесенных прямых затрат, связанных производством товаров и услуг. Соответственно чем выше данный показатель тем ниже у компании затраты на производство.

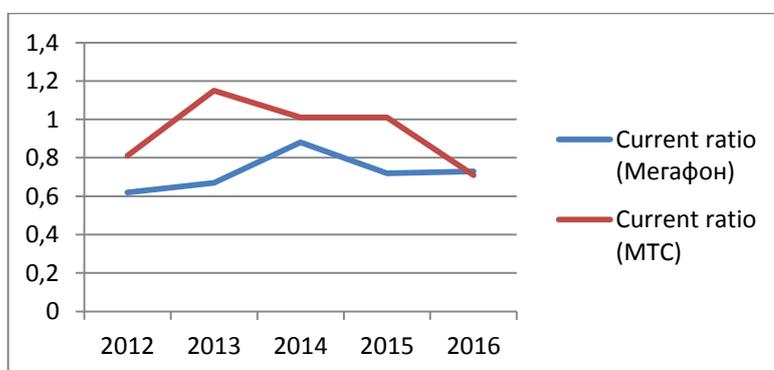


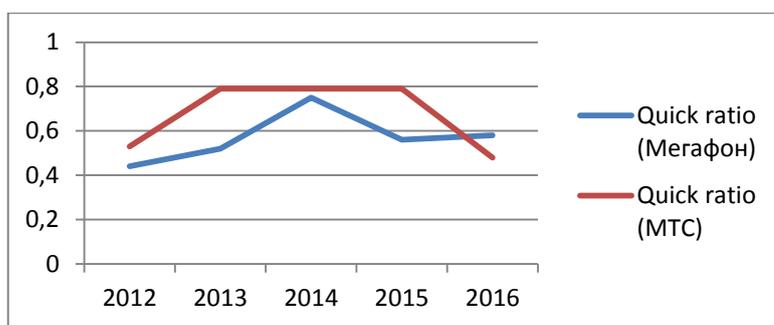
Коэффициенты ликвидности Current ratio (Коэффициент абсолютной ликвидности) и Quick ratio (Коэффициент срочной ликвидности) показывают способность компании отвечать по своим обязательствам.

Current ratio показывает какая доля краткосрочных обязательств может быть покрыта за счет денежных средств и их эквивалентов.

Quick ratio – показывает способность компании оплатить краткосрочные

обязательства за счет продажи наиболее ликвидных активов.





В качестве вывода можно сказать, что если смотреть отдельно по каждому показателю, то компании одинаково привлекательны для инвестора. Но учитывая показатели не по отдельности, а в сумме, мы считаем что ПАО «МТС» более привлекательна для инвестирования.

Список литературы

1. Грэм Б. Разумный инвестор: полное руководство по стоимостному инвестированию: Пер. с англ. – 4-е изд. – М.: Альпина Паблишер, 2017
2. Коттл С., Мюррей Р.Ф., Блок Ф.Е. «Анализ ценных бумаг» Грэма и Додда: Пер. с англ. – М.: ЗАО «Олимп-Бизнес», 2000
3. Якимкин В. Фундаментальный анализ. - М.: Изд-во Омега-Л, 2008
4. Официальный сайт Компании ПАО «МТС», - Режим доступа: <http://www.company.mts.ru/>
5. Официальный сайт Компании ПАО «Мегафон», - Режим доступа: <https://tatarstan.megafon.ru/>

ОЦЕНКА КРЕДИТОСПОСОБНОСТИ КОМПАНИЙ НЕФИНАНСОВОГО СЕКТОРА НА ОСНОВЕ РОССИЙСКОЙ РЕЙТИНГОВОЙ МЕТОДОЛОГИИ

Семяшкин Е.Г.

магистрант 1-го курса
Финансовый университет при Правительстве РФ

Ключевые слова: нефинансовые компании, рейтинговая оценка, кредитоспособность

Целью исследования является: оценка кредитоспособности компаний: Роснефть, Лукойл, Газпром¹.

Таблица 1. Оценка кредитоспособности компании Роснефть

Параметры	Характеристики					Оценка субфактора (от 1 до 5)	Обоснование оценки
	Вес в рамках ОСК	Описание фактора	Вес в рамках профиля	Описание субфактора	Вес субфактора		
Риск-профиль						Роснефть	
Отраслевой риск-профиль	0,05	Отраслевой риск-профиль	5%	Цикличность	25%	2	Длительный период цикла
				Барьеры для входа	10%	1	Высокие барьеры для входа
				Индикатор отраслевой риск-статистики	35%	1	
				Тенденции и перспективы развития	30%	1	

¹ Данные из открытых источников за 2016 г.

Операционный риск- профиль	0,475	Рыночная позиция	14,3%	Рыночная позиция	100%	1	Лидер по добыче нефти на Российском рынке (5,4% на мировом рынке)		
		Бизнес-профиль	19%	Себестоимость	40%	1	2,6(Lifting Cost) +1,3 (F&D costs)=4,3\$		
				Достаточность ресурсной базы	30%	3	В 2003-19,5 (млн. тон), 2008- 101,12(млн. тон), 2015-202 (млн. тон)		
				Объем и глубина переработки	30%	3	Индекс Нельсона 7, глубина переработки 72% (2016), объем переработки 87,5млн т.		
		Географическая диверсификация	5%	Доступность и диверсификация рынков сбыта	70%	1	51% на экспорт		
				Концентрация на одном месторождении	30%	1			
		Корпоративное управление	9,5%	Стратегия управления	20%	2	Сокращение объемов добычи 2014, отказ в увеличение доли в совместном с PDVSA предприятии Retromonagas , нарушение антимонопольно го законодательства в 2009		
				Управление рисками	20%	2			
				Структура управления	20%	1	АО "Роснефтегаз" находится в 100% федеральной собственности (50% акций компания Роснефть)		
				Структура группы	20%	3	Большое количество дочерних компаний, инвестиции в РСХБ в 2016 году		
				Финансовая прозрачность	20%	1	Представлена отчетность МСФО и РСБУ в соответствующи е периоды времени		
		Финансовый риск-профиль	0,475	Размер	1,8%	FFO до чистых процентных платежей и налогов	70%	1	1206 млрд.руб. (FFO)
						Объем добычи	30%	1	425 бар/сут.

	Рентабельность	0,3%	Рентабельность по FFO до % и налогов	50%	2	24,00%
			ЕВИТДА с барреля	50%	2	643
	Долговая нагрузка	10,5%	Общий долг/FFO до чистых процентных платежей	70%	3	3,61
			Качественная оценка долговой нагрузки	30%	2	
	Обслуживание долга	10,5%	FFO до чистых процентных платежей/Процентные платежи	100%	2	13,79
	Ликвидность	23,0%	Коэффициент краткосрочной ликвидности	50%	5	0,65
			Качественная оценка ликвидности	50%	3	
	Денежный поток	1,6%	Рентабельность по FCF	70%	2	7,68%
			Капитальные затраты/выручка	30%	2	14,21%
	Сумма					2,3 ²

Таблица 2. Оценка кредитоспособности компании Лукойл

Параметры	Характеристики					Оценка субфактора (от 1 до 5)	Обоснование оценки
	Вес в рамках ОСК	Описание фактора	Вес в рамках профиля	Описание субфактора	Вес субфактора		
Отраслевой риск-профиль	0,05	Отраслевой риск-профиль	5%	Цикличность	25%	2	
				Барьеры для входа	10%	1	
				Индикатор отраслевой риск-статистики	35%	2	
				Тенденции и перспективы развития	30%	2	
Операционный риск-профиль	0,475	Рыночная позиция	14%	Рыночная позиция	100%	2	2,4% на Мировом рынке
		Бизнес-профиль	19%	Себестоимость	40%	1	4,3(lifting cost)+5,2(F&D costs)=9,5\$
				Достаточность ресурсной базы	30%	3	Объем добычи в 2005 году 46,69 млн.т., в 2015 -10,7 млн.т.
				Объем и глубина переработки	30%	2	Индекс Нельсона составил 9,3 в 2015 г., глубина переработки 79,3 %

² Расчет взвешенной оценки произведен с учетом весов субфакторов и весов самих факторов [Пример: влияние отраслевого риск-профиля: 0,05(вес фактора) × (2 × 0,25(вес цикличности) + 1 × 0,1 (вес барьеров для входа) + 1 × 0,35(вес индикатора) + 1 × 0,3(Тенденции и перспективы развития)]

		Географическая диверсификация	5%	Доступность и диверсификация рынков сбыта	70%	1	63,32% на экспорт
				Концентрация на одном месторождении	30%	1	
		Корпоративное управление	9,5%	Стратегия управления	20%	1	
				Управление рисками	20%	2	
				Структура управления	20%	3	на 50 % принадлежит иностранным инвесторам
Структура группы	20%	2	Значительное количество дочерних компаний				
Финансовая прозрачность	20%	1	Ведется отчетность по МСФО				
Финансовый риск-профиль	0,475	Размер	10%	FFO до чистых процентных платежей и налогов	70%	1	671,861 млрд. руб.
				Объем добычи	30%	1	2000 тыс. бар /сутки
		Рентабельность	7%	Рентабельность по FFO до % и налогов	50%	1	13,90%
				ЕВИТДА с барреля	50%	3	922,64
		Долговая нагрузка	9,5%	Общий долг/FFO до чистых процентных платежей	70%	2	1,038
				Качественная оценка долговой нагрузки	30%	2	
		Обслуживание долга	9,5%	FFO до чистых процентных платежей/Процентные платежи	100%	1	962,17
				Ликвидность	3%	Коэффициент краткосрочной ликвидности	50%
		Качественная оценка ликвидности	50%			2	
		Денежный поток	9,5%	Рентабельность по FCF	70%	3	4,90%
Капитальные затраты/выручка	30%			1	9,51%		
Сумма						1,76	AA+ (RU)

Таблица 3. Оценка кредитоспособности компании Газпром

Параметры	Характеристики					Оценка субфактора (от 1 до 5)	Обоснование оценки
	Вес в рамках ОСК	Описание фактора	Вес в рамках профиля	Описание субфактора	Вес субфактора	Газпром	
Отраслевой риск-профиль	0,05	Отраслевой риск профиль	5%	Цикличность	25%	2	
				Барьеры для входа	10%	1	Высокие барьеры
				Индикатор отраслевой риск-статистики	35%	2	
				Тенденции и перспективы развития	30%	1	Поддержка государства

Операционный риск-профиль	0,475	Рыночная позиция	14%		100%	1	Лидер на рынке		
		Бизнес-профиль	19%	Себестоимость	40%	1	1,22\$ (lifting cost)		
				Достаточность ресурсной базы	30%	2	Добыча колеблется районе 450-560 ед.		
				Объем и глубина переработки	30%	2	Индекс Нельсона 8,02, глубина переработки 71-93%		
		Географическая диверсификация	5%	Доступность и диверсификация рынков сбыта	70%	2			
				Концентрация на одном месторождении	30%	1			
		Корпоративное управление	10%	Стратегия управления	20%	2	Снижение объемов добычи за последние годы, отказ от регионов сбыта (Украина)		
				Управление рисками	20%	1			
				Структура управления	20%	1			
				Структура группы	20%	2	Больше количество дочерних компаний		
				Финансовая прозрачность	20%	1	По МСФО		
		Финансовый риск-профиль	0,475	Размер	10%	FFO до чистых процентных платежей и налогов	70%	1	1440
						Объем добычи	30%	1	9,7 млн баррелей (эквивалент в сутки)
				Рентабельность	7%	Рентабельность по FFO до % и налогов	50%	1	33%
ЕВИТДА с барреля	50%					3	424,15		
Долговая нагрузка	9,5%			Общий долг/FFO до чистых процентных платежей	70%	2	1,1		
				Качественная оценка долговой нагрузки	30%	2			
Обслуживание долга	9,5%			FFO до чистых процентных платежей/Процентные платежи	100%	3	11,3		
Ликвидность	3%			Коэффициент краткосрочной ликвидности	50%	1	2,3		
				Качественная оценка ликвидности	50%	1			
Денежный поток	9,5%			Рентабельность по FCF	70%	4	2,5%		
				Капитальные затраты/выручка	30%	5	27%		
Сумма						1,9	AA(RU)		

Заключение

В представленной работе, по методике, разработанной АКРА (для нефинансовых организаций), проведена ОСК трех организаций. Расчетная величина показателя составила для ПАО «НК Роснефть» – 2,3; ПАО «Лукойл» – 1,76; ПАО «Газпром» – 1,9. Перенос ОСК на рейтинговую шкалу показал, что рейтинг компании Роснефть А+(RU), Лукойл АА(RU), Газпром АА+(RU).



Рисунок 1. Сравнение кредитоспособности компаний

Кредитный анализ компаний проводился с учетом корректировки отдельных статей отчетности и соответствующего пересчета финансовых коэффициентов, в частности для компании Роснефть коэффициент краткосрочной ликвидности за 2016 г. составил 0,65, то есть он не достиг нижней границы норматива ликвидности – 0,8, поэтому данному субфактору была присвоена оценка со значением 5. В дальнейшем расчете, в соответствии с методикой плавающих весов (АКРА), была проведена перебалансировка факторов: Ликвидность, Обслуживание долга, Долговая нагрузка, и веса данных факторов составили 10,5%; 10,5%; 23% соответственно, веса других факторов в рамках финансового-риск профиля были уменьшены. Для двух других компаний перевзвешивание весов не проводилось, так как оценки субфакторов не достигали критических значений. Сравнительный анализ в разрезе риск-профиля показывает, что наиболее значимым для Лукойла является операционный риск-профиль, для Газпрома и Роснефти – финансовый риск-профиль, тогда как отраслевой риск-профиль указывает на то, что для всех трех компаний значение кредитного риска находится ниже среднего (см. таблицу 4).

Таблица 4. Сводные показатели по риск-профилю для трех компаний

Показатель	Абсолютное значение (Роснефть)	Относительное значение (Роснефть, %)	Абсолютное значение (Лукойл)	Относительное значение (Лукойл, %)	Абсолютное значение (Газпром)	Относительное значение (Газпром, %)
Отраслевой риск-профиль	0,0625	2,70%	0,095	4,11%	0,08	3,46%
Операционный риск-профиль	0,78	33,74%	0,868	37,54%	0,662	28,63%
Финансовый риск-профиль	1,4695	63,56%	0,8	34,6%	1,1535	49,89%
Итого	2,312	100%	1,763	100%	1,8955	100%

Анализ показал, что наиболее значимым фактором, оказывающим влияния на ОСК:

- ⊙ для Лукойла является операционный риск-профиль, для которого определяющим фактором служит бизнес-профиль, на величину которого оказывают наиболее сильное влияние такие субфакторы, как достаточность ресурсной базы, доступность и диверсификация рынков сбыта. Для этой компании дальнейший анализ должен быть сосредоточен на рыночной позиции в определенной продуктовой категории;
- ⊙ для Газпрома – финансовый риск-профиль, для которого определяющим фактором служит денежный поток, на величину которого оказывают влияние такие субфакторы, как рентабельность по FCF и Капитальные затраты/выручка. Аналитикам требуется обратить внимание на дивидендную политику предприятия, а также на капитальные затраты, направленные на расширенное воспроизводство;

- ⊙ для *Роснефти* – финансовый-риск профиль, на него особое влияние оказывает величина фактора ликвидности, который в свою очередь зависит от субфактора коэффициент краткосрочной ликвидности. Особого внимания заслуживает анализ исключительной зависимости предприятия от банковского финансирования, анализ графика периода погашения долга в краткосрочной перспективе, так как вероятность улучшения уровня ликвидности в среднесрочной перспективе крайне низка.

Для определения финального кредитного рейтинга необходимо провести корректировку итоговой ОСК в зависимости от наличия взаимосвязи рейтингуемой компании с государством, наличии поддержки со стороны иностранной организации в соответствии со специализированными методологиями, однако это не является целью данной работы.

Корректировка

Определим взаимосвязь ремитируемой компании по двум показателям: степень системной значимости, степень влияния государства.

Таблица 5. Степень системной значимости компаний

Базовые факторы\степень системной значимости	Роснефть		Лукойл		Газпром	
	Оценка	Обоснование	Оценка	Обоснование	Оценка	Обоснование
Принадлежность к стратегически важным рынкам	2	доля на российском рынке 35%, 118 место в Fortune Global 500	3	доля на российском рынке (добыча) -10%, переработка-15%	1	17% мировых запасов газа, 67% доля добычи на российском рынке
Влияние дефолта на экономику	2	работает более 240тыс человек , 38 тыс. являются держателями акций	2	работает более 150 тыс. человек, 41 тыс. являются держателями акций	1	работает более 462,4 тыс. человек , 38 тыс. являются держателями акций
Риски для бюджета	1	стоимость контрольного пакета по текущему курсу, составляет около 11% доходной части бюджета России	3	доля налога на прибыль в доходной части 0,68% бюджета	1	стоимость контрольного пакета по текущему курсу, составляет около 9,96% доходной части бюджета России, налог на прибыль составляет 0,9% от общей доходной части бюджета
Итог	1,7	Высокая	2,6	Средняя	1	Очень высокая

Проанализировав данную таблицу, отметим, что наибольшей степенью системной значимости обладают компании Роснефть и Газпром. Вес каждого фактора равнозначен.

Таблица 6. Степень влияния государства

Степень влияния государства	Роснефть		Лукойл		Газпром	
	Оценка	Обоснование	Оценка	Обоснование	Оценка	Обоснование
Контроль	1	Половина членов совета директоров из государственных структур	4	Нет контроля, около 50% акций принадлежит зарубежным инвесторам	1	50,23% принадлежит государственным структурам
Поддержка на постоянной основе	2	субсидии от государства	3	Субсидии от государства	1	Субсидии государства, поддержка уровня цен на внутреннем

						рынке
Экстраординарная поддержка	1	Выделены средства из ФНБ	2		1	Выделены средства из ФНБ
Итог	1,3	Очень сильная	3	Умеренная	1	Очень сильная

Наибольшей степенью поддержки государством обладают компании Роснефть и Лукойл. Оценим кредитоспособность компаний с учетом корректировок:

Таблица 7. Оценка кредитоспособности компаний

Показатели	Роснефть	Лукойл	Газпром
Оценка ОСК	A+(RU)	AA+(RU)	AA(RU)
Корректировка	Паритет-1 ступень	Не более ОСК+1	Паритет
Оценка кредитоспособности с учетом корректировки	AA+(RU)	AA+(RU)	AAA(RU)

С учетом корректировки, наибольшей кредитоспособностью обладает компания Газпром, компаниям Роснефть и Лукойл присуждены рейтинг AA+(RU). Отметим, что существенное изменение рейтинга (в сторону повышения кредитоспособности), повлекла за собой корректировка ОСК *на взаимосвязь рейтингуемой организации с государством* для компаний Роснефть и Газпром.

Список литературы

1. АКРА Методология присвоения кредитных рейтингов нефинансовым компаниям по национальной шкале для Российской Федерации, 2016 г. <https://www.acra-ratings.ru/criteria>.

СЕКЦИЯ №4.

БУХГАЛТЕРСКИЙ УЧЁТ, СТАТИСТИКА (СПЕЦИАЛЬНОСТЬ 08.00.12)

ВНЕДРЕНИЕ УПРАВЛЕНЧЕСКОГО УЧЁТА В ТОРГОВУЮ ОТРАСЛЬ

Гаврик А.О.

Государственный университет управления, г. Москва

Ведение бизнеса или управление каким-либо предприятием вслепую практически невозможно. Руководителю всегда нужно быть в курсе того, какой товар продается лучше, какова себестоимость этого товара, какой доход получает организация от продажи данного товара. Эта информация необходима всем без исключения организациям. Чтобы вести грамотный учет торговли, необходимо зафиксировать все озвученные данные. Некоторые ведут учет на бумаге, некоторые составляют таблицы на базе компьютерной программы типа Excel, большинство меняют базовую конфигурацию программы 1С: Предприятие для целей управленческого учета. Наиболее современные руководители внедряют так называемые системы управленческого учета, которые позволяют автоматизировать сбор данных и в нужный момент времени увидеть цельную картину деятельности торговой организации в цифрах. [11, с.75]

Распространено такое убеждение, что управленческий учет достаточно сложен и поэтому только крупные торговые организации могут и должны внедрять его в свою работу. Небольшие исследования данного вопроса говорят о том, что на самом деле, «по-настоящему» только десять процентов организаций действительно внедряют управленческий учет в свою работу. Хотя даже индивидуальный предприниматель, владелец небольшой сети каких-нибудь закусочных в определенный момент может обнаружить, что записывать данные о продажах на бумаге уже недостаточно для учета расходов, прибыли и эффективной работы в целом. Это закономерно: если увеличивается количество товара или количество торговых точек, то на элементарную инвентаризацию уходит большое количество времени. Кроме того, при такой системе не может быть оперативного анализа спроса на определенные товары. Естественно, это непосредственным образом отражается на прибыли. [5, с.59].

Поэтому в любой торговой отрасли необходимо организовать управленческий учет по всем правилам.

Многие предприниматели и бизнесмены торговых отраслей, чувствуя необходимость управленческого учета, устанавливают сканеры штрих-кодов с упаковок товаров, чтобы автоматизировать контроль продаваемого товара. Но этого ни в коем случае недостаточно для внедрения управленческого учета. Для эффективного управления предприятием, необходимо иметь возможность оперативного получения информации по трем позициям важнейшим торговым позициям: себестоимость товаров, ассортимент товаров и движение денежных средств. [7, с.97]

Три озвученных раздела управленческого учета связаны друг с другом самым непосредственным образом, причем между ними постоянно происходит информационный обмен. Если организация ведет учет только по одному из указанных направлений, то руководитель вряд ли увидит объективную и целостную картину продаж. Например, отчет о продажах не даст целой картины работы организации, поскольку руководитель не увидит изменение спроса на конкретные товары, а также количество проданных товаров. [9, с.36]

Основа управленческого учета - структурированная информация, собираемая и анализируемая в мониторинговом режиме. Хорошо известно, что поиск и анализ данных - одна из прямых обязанностей службы маркетинга. Но очень часто маркетологи ограничиваются сбором только внешней информации - о конкурентной среде, ценах на отраслевом рынке и т. д. Цель управленческого учета - так называемый внутренний маркетинг, подразумевающий кропотливую работу по изучению самого предприятия. С его помощью можно составить полную картину финансово-экономического состояния компании в любой момент времени, выяснить запас ее прочности, определить потенциал и перспективы развития. [10, с.61]

Управленческий учёт внедряется именно для повышения эффективности управления предприятием, а не для отчёта перед контролирующими инстанциями, например налоговой инспекцией. Это принципиальное отличие. Поэтому нельзя поручать вести управленческий учёт бухгалтерии. Эту работу должен возглавлять плано-экономический отдел или финансовый директор компании.

Рыночные отношения, а также сами процессы внутри торговой организации, достаточно динамичны. Постоянно меняется спрос на товары, темпы производства продукции, меняется себестоимость и издержки, производительность оборудования тоже не является неизменной величиной. В любой ситуации необходимо грамотное решение руководителя.

Без системы управленческого учета организация может столкнуться с тем, что для производства нужного количества товара не хватит сырья, закупку которого неправильно рассчитали. Тогда организация может потерять покупателей, в пользу своих конкурентов. Или возможна обратная ситуация, когда закупается лишнее сырье и материалы, не участвующие в обороте и не приносящие дохода. [10, с.68]

Внедрение системы учета ассортимента позволяет решить подобные проблемы.

Важной составляющей такой системы является стратегическое планирование. Любая торговая организация стремится к эффективному распределению своих средств с учетом изменений и возможностей рынка и своих возможностей в частности. [10, с.60]

Текущее управление является другой важной составляющей. Процесс текущего управления подразумевает непрерывное наблюдение за ассортиментом. Если возникает необходимость коррекции планов организации в связи с возникшей конкретной ситуацией, то это возможно сделать очень оперативно. Для управления ассортиментом в торговых организациях разрабатывают собственный классификатор товаров. Это особенно важно для организаций, ассортиментный перечень которых составляет тысячи наименований. Процесс такой классификации позволяет разделить товары на взаимозаменяемые и невзаимозаменяемые. [4, с.81]

Для быстрого анализа нежелательно заносить большое количество товара в каждый раздел классификатора, объемы продаж по позициям каждого раздела классификатора должны быть сопоставимы. Грамотное составление классификатора товаров позволит избежать стратегических ошибок в дальнейшей работе. Собранная и проанализированная информация позволит составить планы продаж и необходимых закупок.

Цель любой организации - получение наибольшей прибыли. Одна из возможностей ее достижения - выявление и сокращение издержек. Но бухгалтерская информация не позволяет сократить издержки в полной мере, поскольку бухгалтерский учет регистрирует только факты. [7, с.42]

Чтобы эффективно управлять затратами, нужно учитывать [7, с.42] все детали для расчета себестоимости. При этом опять необходимо классифицировать затраты. Динамический метод расчета себестоимости предполагает следующие этапы: снабжение, производство и реализация продукции.

Процесс формирования себестоимости товара должен предполагать срочное принятие мер по снижению затрат на каждом этапе. Налаженная система управленческого учета поможет руководителю всегда знать, как меняется себестоимость любой товарной позиции, по группе наименований товаров или по всей продукции.

Анализ слагаемых себестоимости товара на каждом уровне поможет определить снижение накладных расходов и изменение разницы между ними и прибылью. Поэтому управленческий помогает учет сделать вывод о том, насколько эффективно производство товаров и их продажа.

Внедрение управленческого учета поможет распределить все денежные средства между структурными подразделениями организации, которым проще будет организовывать и контролировать их движение. Такие подразделения называются центрами финансовой ответственности (ЦФО).

Такой учет при помощи ЦФО позволяет менеджерам знать о положении дел в своем подразделении и принимать грамотные и быстрые решения, что не всегда способен сделать руководитель организации. Сотрудники более заинтересованы в результатах своего труда, в крупных компаниях топ-менеджеры освобождаются от необходимости ежедневного решения мелких вопросов и сосредоточены на стратегических задачах.

Недостаток ЦФО в том, что руководитель подразделения может принять решение, которое соответствует целям его ЦФО, но не соответствует целям всего предприятия. [2, с.125]

Для устранения таких недостатков в организации создают сбалансированную систему показателей, в которой в цифрах описывают общие стратегические цели, которые перед ней стоят (например, увеличить за год продажи в два раза) и составляют план действий для достижения заданных ориентиров для руководителей всех подразделений. Это управленческий учет, при внедрении которого определяют, кто будет ответственным за его ведение. Чаще всего это финансовый директор компании, который должен будет выполнить три задачи: разработка динамического метода расчета себестоимости и применения его в работе; разработка системы классификации ассортимента и способов подсчета затрат; создание компьютерной системы учета и анализа данных о деятельности предприятия.

Внедрение управленческого учета сопровождается детальное изучение деятельности каждого подразделения организации, при котором может выясниться, например, дублирование отделов или целей подразделений, при этом важные вопросы остаются без рассмотрения. Управленческий учет предполагает изменение при необходимости организационной структуры организации на более рациональную и экономичную. Возможно появление новых подразделений, например, маркетингового отдела. [1, с.64]

Проведение первичной диагностики и анализ ситуации в организации позволяет разработать механизм сбора информации и провести обучение сотрудников, которые задействованы в учете хозяйственной деятельности организации. Это поможет создать базу данных, с помощью которой будут периодически проводиться необходимые расчеты.

Данные в цифровом выражении, показывающие развитие и функционирование организации, можно рассчитывать еженедельно или ежемесячно. Идеален вариант, при котором руководитель торговой организации всегда может посмотреть и проанализировать текущее состояние всей экономики своей фирмы. Поэтому необходимо как можно чаще обновлять всю информацию. При этом не важно, как она будет выглядеть. Каждая отдельно взятая организация должна определить эти сроки, соответствуя внутрифирменным стандартам. Полученные данные должны быть удобны и понятны для принятия управленческих решений.

Сбор и обработка информации в маленькой торговой фирме может проводиться вручную, но это всегда трудно и неэффективно. Спектр компьютерных технологий предлагает широкий спектр специально созданных программ, которые позволят осуществить быстрое внесение в память компьютера данные, иллюстрирующие движение товаров и денежных средств. [2, с.234]

Выбор автоматизированной системы управленческого учета осуществляется в прямой зависимости от величины организации, также имеет значение специфика торговой деятельности и отрасли торговли компании. Стоимость такой системы не может быть выше самого эффекта её использования для целей управленческого учета. Поэтому выбор программного продукта для автоматизации управленческого учета в организации должен тщательно продумываться руководителем организации.

Таким образом, внедрение управленческого учета в любую торговую отрасль поможет руководителям и сотрудникам снизить затраты на производство и организацию продаж, грамотно рассчитать необходимые затраты, соответственно, урегулировать работу всей организации и ее подразделений, и увеличить прибыль.

Список литературы

1. Аверчев И.В. Управленческий учет и отчетность: Постановка и внедрение / И.В. Аверчев. - М.: Вершина, 2015.-189с.
2. Баканов М.И., Чернов В. А. Управленческий учет. Торговая калькуляция. - М.: Юнити-Дана, 2014.- 307с.
3. Бахрушина М.А. Управленческий анализ: Учеб. пособие. 5-е изд. / Бахрушина М.А. - М.: Омега-Л, 2014-808с.
4. Горелик О.М. Управленческий учет и анализ: Учеб. пособие / Горелик О.М., Парамонова Л.А., Низамова Э.Ш. - М.: КноРус, 2015. - 196с.
5. Иванов В.В. Управленческий учет для эффективного менеджмента. / Иванов В.В., Хан О.К. - М.: ИНФРА-М, 2016.- 178с.
6. Маркарьян, Э. А. Маркарьян, С. Э. Герасименко Г. П. Управленческий анализ в отраслях: Учебное пособие - М.: КноРус, 2014. - 180с.
7. Николаева Т. И. , Экономика предприятий торговли и общественного питания: Учебное пособие – М.: КноРус, 2014.- 209с.
8. Палий В.Ф. Управленческий учет издержек и доходов (с элементами финансового учета) / Палий В.Ф. - М.: ИНФРА-М, 2015. -390с.
9. Парамонова Т. Н. Конкурентоспособность предприятия розничной торговли: Учебное пособие - М.: КноРус, 2014. -160с.
10. Петрова В., Корзоватых Ж.М. Влияние особенности деятельности торговых предприятий на систему управленческого учета. В сборнике: Вопросы и проблемы экономики и менеджмента в современном мире сборник научных трудов по итогам международной научно-практической конференции. 2017. С. 59-61.
11. Петрова В., Корзоватых Ж.М. Управленческий учет как инструмент формирования и поддержки управленческих решений. В сборнике: Актуальные проблемы менеджмента и экономики в России и за рубежом сборник научных трудов по итогам международной научно-практической конференции. 2017. С. 75-78.

СЕКЦИЯ №5.

МАТЕМАТИЧЕСКИЕ И ИНСТРУМЕНТАЛЬНЫЕ МЕТОДЫ ЭКОНОМИКИ (СПЕЦИАЛЬНОСТЬ 08.00.13)

СЕКЦИЯ №6.

МИРОВАЯ ЭКОНОМИКА (СПЕЦИАЛЬНОСТЬ 08.00.14)

СЕКЦИЯ №7.

БАНКОВСКОЕ И СТРАХОВОЕ ДЕЛО

СЕКЦИЯ №8.

ИННОВАЦИОННЫЕ ПОДХОДЫ В СОВРЕМЕННОМ МЕНЕДЖМЕНТЕ

ЭКСПЕРТНЫЕ СИСТЕМЫ КАК РАЗНОВИДНОСТЬ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫХ СИСТЕМ И ВИРТУАЛЬНОГО РАЗУМА

Макаров В.В., Ершов В.В.

САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ТЕЛЕКОММУНИКАЦИЙ
ИМ. ПРОФ. М.А БОНЧ- БРУЕВИЧА, Г. САНКТ-ПЕТЕРБУРГ

Разум, созданный человеком - одно из течений кибернетики, сутью которого является анализ и создание аппаратно-программных комплексов, дающих возможность пользователю-непрограммисту конкретизировать и описывать свои, традиционно считающиеся трудно разрешимыми вопросы, общаясь с ЭВМ на ограниченном «подмассиве» естественного языка [1,3].

Основное направление виртуального разума (ВР) - это представление опыта и тщательное изучение и компиляция оболочек, основанных на сведениях. Оно связано с разработкой имитаций визуализации опыта, созданием баз опыта, образующих ядро экспертных оболочек.

История ВР насчитывает как минимум сорокалетнюю теорию развития. Издавна она рассматривалась как ряд очень сложных задач, которые, вместе с другими не апробированы, что и является предметом таких исследований, как: доказательства теорем; распознавание образов; робототехника; моделирование игр; обработка опыта; экспертные системы, инновационные решения в других областях[2].

Существуют десятки имитаций (или языков) визуализации опыта для различных предметных областей. Большинство из них может быть сведено к следующим слоям: продукционные; семантические сети; фреймы; формальные логические образцы. В основном они связаны с нематериальными активами[6]. Каждая из них используется для определённых целей и имеет свои достоинства и недостатки.

В середине 70-х годов в исследованиях в составе искусственного разума сформировалось определенное направление, получившее название экспертных систем (ЭС). Экспертная система — это компьютерная система, способная частично заменить специалиста-эксперта в разрешении проблемной ситуации. Современные экспертные системы начали разрабатываться исследователями искусственного интеллекта [3] в 1970-х годах, а в 1980-х получили коммерческое подкрепление[4]. В информатике экспертные системы рассматриваются совместно с базами знаний как модели поведения экспертов в определённой области знаний с использованием процедур логического вывода и принятия решений, а базы знаний — как совокупность фактов и правил логического вывода в выбранной предметной области деятельности.

Похожие действия выполняет такой программный инструмент как «Мастер» (англ. Wizard). Мастера применяются как в системных программах, так и в прикладных для упрощения интерактивного общения с пользователем (например, при установке ПО)[5]. Главное отличие мастеров от экспертных систем — отсутствие базы знаний — все действия жёстко запрограммированы. Это просто набор форм для заполнения пользователем.

Модель исследований по экспертным оболочкам состоит в изображении программ (механизмов), с помощью которых при решении заявленных требований, трудных для экономиста-руководителя, получаются результаты, не уступающие по необходимости и нужности решениям, получаемым экспертом. В большинстве своем экспертные оболочки решают трудно формализуемые примеры или вопросы, не имеющие алгоритмического решения. Первой творческой оболочкой считается DENDRAL [7].

Этапы разработки экспертных систем

Использовать ЭС можно только тогда, когда внимательно изучены и компилированы правила, ЭС возможна, оправдана и методы опыта «майнинга» соответствуют формализуемой задаче. Чтобы тщательное изучение и компиляция ЭС была возможной, для данного вопроса, необходимо одновременное интерпретирование нескольких требований:

- 1) Существуют эксперты в данной области, которые решают тему значительно качественнее, чем начинающие специалисты;
- 2) Эксперты утверждают, что в оценке искомого решения, нельзя будет определить качество разработанной ЭС;
- 3) Эксперты способны вербализовать (выразить на естественном языке) и уточнить используемые ими методики, в противном случае необходимо рассчитывать на то, что данные экспертов будут "извлечены" и описаны ЭС;

4) Решение вопроса требует только рассуждений, а не примеров;
5) Вопрос не должен быть слишком трудный (т.е. на его решение экономист затратит несколько часов или дней, а не месяцев);

6) Задача хотя и не принципиальна, но может быть определена в формальном отображении, и все же близка к достаточно "понятной" и структурированной логике, т.е. будут выделены текущие понятия, отношения и общеизвестные (хотя бы экономисту) способы получения решения вопроса;

7) Решение вопроса не должно в широком значении использовать "логический смысл" (т.е. общий спектр относящихся сведений о мире и о режимах его функционирования, которые знает и помнит, чтобы использовать в жизни любой нормальный человек), так как похожие сведения пока не формализуются (в достаточном количестве для решения примера) для интерпретации в оболочке виртуального разума.

Концептуализация ЭС может быть оправдана одним из следующих принципов:

Использование ЭС принесет значительный эффект, к примеру, экономический.

Использование человека-экономиста нереально либо из-за малого количества людей, либо из-за необходимости проводить экспертизу одновременно в различных областях знаний.

Использование ЭС целесообразно, когда при «трансфере» информации эксперту смысловая часть претерпевает недопустимые смысловые разрежения времени или информации;

Использование ЭС возможно, при необходимости интерпретировать задачу в окружении, некомфортном (например, радиоактивном), для человека.

Оболочка соответствует методам ЭС, если искомая задача обладает суммой следующих качеств:

1) Задача должна быть естественным образом отображена посредством манипуляции с рунами (т.е. с помощью символических определений), а не манипуляций с данными, как принято в математических методиках и в традиционном исчислении;

2) Задача требует эвристическую, а не алгоритмическую тему, т.е. ее решение требует применения эвристических отношений. Вопросы, которые должны быть гарантированно апробированы (с соблюдением фактов ограничений) с помощью определенных формальных процедур, не важны для применения ЭС;

3) Задача описательная достаточно сложна, чтобы изыскать затраты на разработку ЭС. Однако она не должна быть чрезмерно простой (решение съедает у экономиста часы, а не месяцы), чтобы ЭС могла ее определить;

4) Задача должна быть практически значимой, чтобы вычисляться методами ЭС, и достаточно узкой.

При интерпретации ЭС обычно требуется концепция "скоростного прототипа". Важная часть этой концепции состоит в том, что экономисты не пытаются сразу выстроить конечный продукт. На начальном положении они создают аналоги (прототипы) ЭС.

Аналоги должны удовлетворять двум разным требованиям: с одной стороны, они должны выделять типичные вопросы выделенного приложения, а с другой - важность и трудоемкость их проектирования будут быть весьма незначительны, чтобы можно было максимально запараллелить процесс создания и отладки опыта (осуществляемый экономистом) с процессом выбора (интерпретации) программных оболочек (осуществляемым знающим человеком и программистом). Для определения указанных требований, обычно требуется часы, при создании прототипа используются разнообразные средства, ускоряющие процесс проектирования.

Прототип должен использовать методы опыта «майнинга» для данного приложения. В случае успеха экономист с помощью инженера по сведениям расширяет сведения прототипа о проблемной теме. При провале может потребоваться углубленное изучение и компиляция новой оболочки или разработчики могут сделать вывод о непригодности знаний ЭС для данного приложения. По мере приобретения опыта, прототип может достичь такого состояния, когда он уверенно решает все вопросы тестируемого приложения. Трансформация прототипа ЭС в конечную оболочку обычно требует перепрограммирования ЭС на языках низкого уровня, обеспечивающих и увеличение быстродействия ЭС, и уменьшение оперативной памяти. Важность и время создания ЭС в большей степени зависят от структуры используемого инструментария. В перечне работ по созданию ЭС, сложилась определенная терминология их разработки, которая включает 6 следующих пунктов: идентификацию, концептуализацию, формализацию, выполнение, тестирование, опытную эксплуатацию.

При идентификации определяются вопросы, которые подлежат оформлению, выявлению целей разработки, трактовке экспертов и типов пользователей. Концептуализация проводит содержательный и тщательный поиск в проблемной теме, выявляются текущие понятия и их взаимосвязи, выводятся описания

решения явлений. На этапе формализации выбираются способы визуализации всех видов опыта, формализуются типичные понятия, определяются методы интерпретации знаний, моделируются процессы оболочки, оценивается адекватность типичным целям оболочки закрепленных понятий, методов решений, оболочек визуализации и манипулирования данными. На этапе выполнения происходит наполнение экономистом базы опыта. В связи с тем, что основой для ЭС, являются полученные сведения, данный пункт является наиболее тщательным и трудоемким этапом рождения ЭС.

Процесс накопления опыта приходится на долю специалиста, который проводит реструктуризацию опыта, обеспечивающую эффективную работу по созданию оболочки, и концептуализацию опыта в виде, понятном ЭС. Процесс изучения опыта производится экономистом по сведениям, на базе тщательного изучения пунктов по апробации реальных явлений.

Список литературы

- 1.Макаров В.В, Блатова Т.А. Информационно-коммуникационные технологии как индикатор развития экономики знаний // Российский гуманитарный журнал. 2014. Т. 3. №4. С. 275-281.
- 2.Макаров В.В., Иванова Н.О. Классификация инфокоммуникационных предприятий на основе их инновационного потенциала // Проблемы современной экономики. 2016. №1. С. 76-79.
- 3.Макаров В.В., Гусев В.И., Воронин А.Г. Методологическая парадигма исследования интеллектуального капитала в условиях информационного общества// Российский гуманитарный журнал. 2012. Т. 1. № 1. С. 78-83.
- 4.Макаров В.В., Колотов Ю.О. Развитие Интернет-коммерции // Экономический анализ: теория и практика. 2009. №26. С.60-64.
- 5.Макаров В.В., Столяров С.А. Выбор оптимальной инновационной стратегии в управлении интернет-проектами // Журнал правовых и экономических исследований. 2013. № 3. С. 19-20.
- 6.Макаров, В.В., Шувал-Сергеева, Н.С. Оценка экономической эффективности инвестиций в инновационные проекты с учетом нематериальных активов // Вопросы радиоэлектроники. 2015. №4 (4). С. 193-198.
- 7.Lindsay, R. K., Buchanan, B. G., Feigenbaum, E. A., & Lederberg, J. (1993). DENDRAL: a case study of the first expert system for scientific hypothesis formation. *Artificial intelligence*, 61(2), 209-261.

СЕКЦИЯ №9.

ВОПРОСЫ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ В СОВРЕМЕННОЙ ЭКОНОМИКЕ

СЕКЦИЯ №10.

МИРОВАЯ ЭКОНОМИКА И МЕЖДУНАРОДНЫЕ ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ОТНОШЕНИЯ

ОТРАСЛЕВЫЕ ОСОБЕННОСТИ ПРИВЛЕЧЕНИЯ ИНОСТРАННЫХ ИНВЕСТИЦИЙ В ЭКОНОМИКУ РФ (НА ПРИМЕРЕ СТРОИТЕЛЬНОГО КОМПЛЕКСА)

Бризицкая А.В., Гамбарян М.А.

Дальневосточный Федеральный Университет, г. Владивосток

Иностранные инвестиции являются одним из основных факторов экономического роста страны, дополнительным источником капитальных вложений в национальное производство товаров и услуг. Вливание иностранного капитала оказывает большое положительное воздействие на состояние российской экономики, перспективы ее развития и темпы роста. Строительный комплекс, являясь одной из главных отраслей экономики страны, нуждается в инвестиционных ресурсах еще в большей степени, чем другие отрасли. В силу своих особенностей (длительных сроков реализации и окупаемости, больших размеров и значительных затрат), строительная сфера является достаточно противоречивым объектом инвестирования.

Большое влияние на развитие отрасли оказал кризис 2014 г., который в своей основе имел экономические санкции, и в первую очередь, ограничения финансовых заимствований за рубежом. Так,

если за 3 года ВВП России снизился на 3,9%, то в строительной отрасли снижение произошло на 11,4%. На рисунке 1 приведена динамика индекса физического объема ВВП и валовой добавленной стоимости в строительстве за 2007-2016 гг.

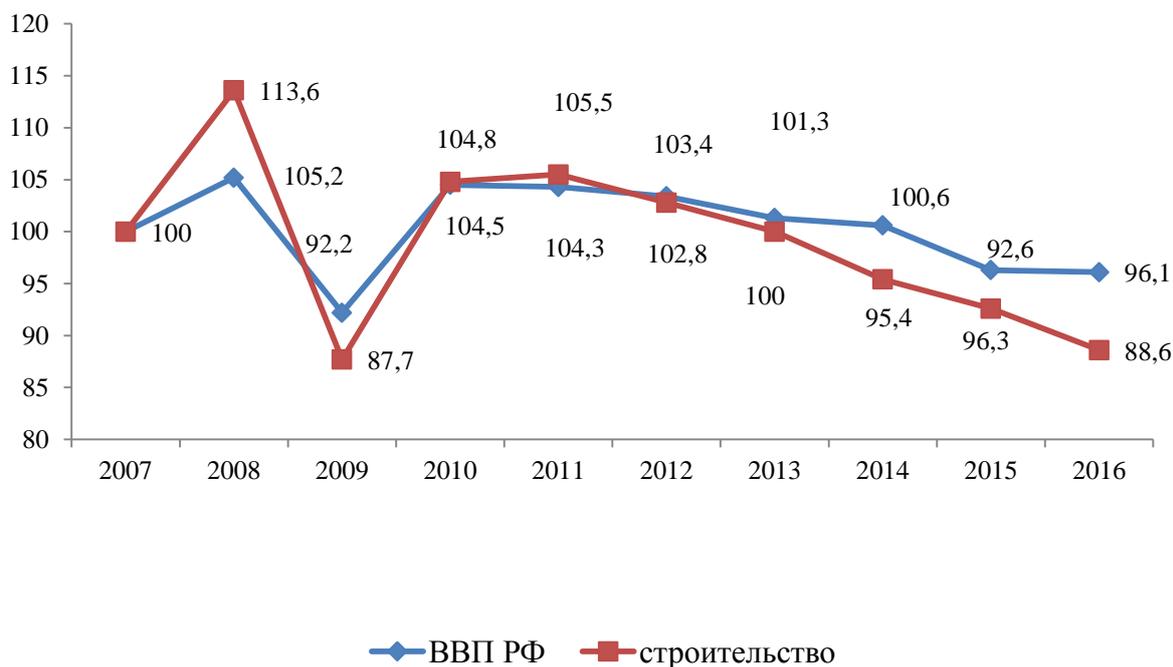


Рис. 1– Динамика индекса физического объема ВВП и валовой добавленной стоимости в строительстве за 2007-2016 гг. ,%

Источник: [5]

В связи с санкциями, мы наблюдаем отрицательную динамику иностранных вложений в строительный комплекс России, начиная с 2013 г. Если в 2012 г. объем иностранных инвестиций составлял 8388,8 млн р., то в 2014 г. наблюдалось резкое снижение до 2493,9 млн р., а в 2015 г. еще спад – до 1167,3 млн р., что продолжает отрицательную динамику. Это обусловлено, прежде всего, ограничениями финансовых заимствований за рубежом (запрет инвестирования со стороны стран Европейского союза и США).

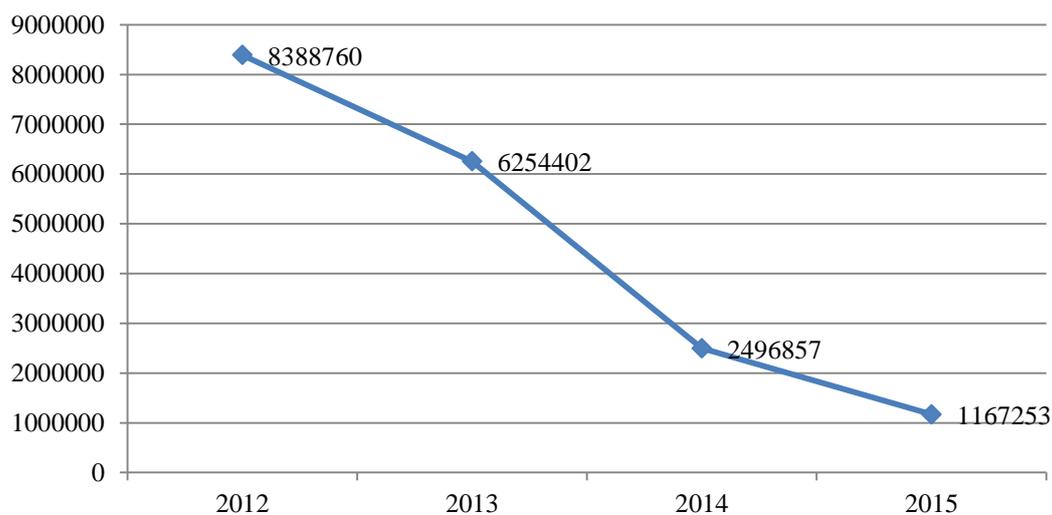


Рис. 2– Динамика зарубежных инвестиций в строительную отрасль РФ в 2012-2015 гг., тыс. р.
Источник: [3]

Можно выделить следующие факторы, влияющие на привлечение иностранных инвестиций в строительный комплекс России.

1. *Отсутствие четких границ в оценке рентабельности строительного производства.* В настоящее

время строительный рынок в РФ является не только закрытым рынком, где себестоимость квадратного метра - это главная коммерческая тайна, но и самым коррумпированным. Оценка рентабельности одного квадратного метра оценивается участниками рынка по-разному. Так, по расчетам чиновников рентабельность строительства в среднем составляет 400-600%. Строительный менеджмент считает рентабельность исходя из 25-40%. Разница в оценке происходит потому, что строительные организации учитывают все реальные издержки, в состав которых входят: цена приобретаемой на аукционе земли, разработка технических условий на подключение к сетям и их строительство, многократное прохождение экспертизы проектов, коррупционная составляющая. При этом рентабельность строительства в Российской Федерации в два-три раза выше, чем в Европейском Союзе, где норма прибыли едва превышает 5%. [6]

2. *Увеличение сроков окупаемости инвестиций в строительный бизнес.* Срок окупаемости строительных объектов зависит от их категории, местоположения, общей экономической обстановки и множества других факторов. В среднем, он оценивается в 3-7 лет. Быстрее всего (за 3-4 года) окупается коммерческая недвижимость – торговые комплексы, склады, офисы, гостиницы. Однако по мере насыщения рынка уровень доходности вложений в коммерческую недвижимость снижается, а срок окупаемости увеличивается.

Экономический кризис усугубил эти тенденции. Сроки окупаемости в офисы класса А за время кризиса в среднем увеличились с 8,5-9,5 до 9-10 лет, в объекты класса В – с 8,0-8,5 до 8,5-10 лет, в офисные площади категории С – с 7,5-8,5 лет до 8-10 лет. [6]

3. *Значительные различия инвестиционной привлекательности различных видов строительных объектов.* Иностранные инвесторы охотнее всего вкладываются в объекты коммерческой недвижимости. Они быстро окупаются (за 3-4 года) и приносят хорошую прибыль. Кроме того, коммерческая недвижимость остается в активе девелопера и увеличивает капитализацию компании. Если оценивать популярность по отдельным сегментам, то лидирует офисная недвижимость, затем идут торговая и гостиничная, а замыкает список пока наименее развитый, зато наиболее перспективный сектор складской недвижимости.

На российском строительном рынке коммерческой недвижимости до 2014 г. работало большое число иностранных компаний – официальные источники называют более 700 иностранных компаний из 45 стран. Подавляющее их количество было задействовано в качестве подрядчиков строительства. Однако после 2014 г. из-за введения ограничительных мер, число иностранных компаний значительно снизилось.

Российский капитал продолжает доминировать в общем объеме транзакций в строительной отрасли. (см. рис. 3) Тем не менее, в активной стадии находятся несколько значимых сделок с участием иностранных игроков.

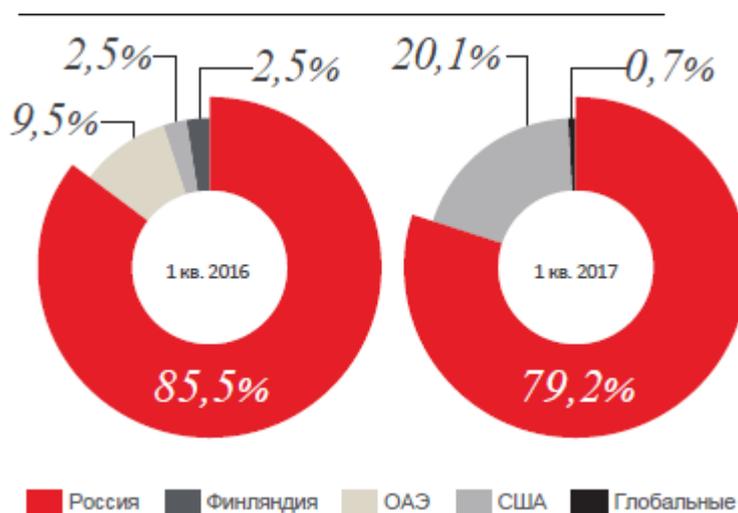


Рис. 3 – Структура инвестиций в строительный комплекс РФ по стране происхождения
Источник: [2]

4. *Значительные административные барьеры в строительном бизнесе.* Не смотря на то, что по данному показателю Россия существенно улучшила свои позиции (в рейтинге Всемирного Банка мы передвинулись со 146 до 119 места) [1], стране еще очень далеко до цивилизованного строительного рынка. К тому же рейтинг составлялся на основе оценок рынка в Москве и Санкт-Петербурга, в регионах же

ситуация пока намного хуже.

5. *Наличие государственных гарантий иностранным инвесторам в строительство.* В условиях нестабильности и высокой коррумпированности российской экономики ни один здравомыслящий инвестор не будет вкладывать в строительные объекты десятки миллионов долларов без наличия каких-либо государственных гарантий о защите бизнеса. Одной из перспективных форм таких гарантий стало создание совместных с иностранными инвесторами фондов инвестиций. Так, в 2011 г. в РФ был образован Российский фонд прямых инвестиций (РФПИ) для сотрудничества с европейскими и азиатскими партнерами. За 6 лет существования Фонда было привлечено более 25 млрд долл. США иностранного капитала в российскую экономику при помощи установления долгосрочных партнерских отношений. Большая доля иностранных инвестиций была задействована именно в строительной отрасли.

В частности, крупный инвестор из Объединенных Арабских Эмиратов «Mubadala» инвестирует денежные средства в размере 5 млрд долл. США в строительство таких важных инфраструктурных проектов как скоростной автомобильной дороги М-11 «Москва – Санкт-Петербург», автомагистрали М1 «Москва – Минск» и ЦКАД в Московской области.

Еще одним крупным инвестором в строительной отрасли является Суверенный фонд Саудовской Аравии (PIF) с объемом прямых инвестиций в размере 10 млрд долл. США, направленных на развитие инфраструктуры, строительство производственных предприятий и недвижимости. [4]

С целью привлечения иностранных инвесторов в строительную отрасль Правительством РФ был разработан ряд льготных установок. Так, в законе об иностранных инвестициях в Российской Федерации предусмотрена приоритетность проектов иностранных инвесторов (в основном, в строительные объекты, связанные с производственными площадями, транспортными сооружениями или объектами инфраструктуры) с инвестированием, которые составляют не менее 1 млрд. Кроме этого в соответствии с положениями Таможенного кодекса Российской Федерации и Налогового кодекса Российской Федерации им предоставляются преференции и таможенные и налоговые льготы.

Таким образом, не смотря на спад иностранных инвестиций в строительную отрасль России в предыдущие несколько лет, ситуация может существенно измениться при условии повышения прозрачности рынка, надежности бизнеса и снижения административных барьеров для строительных компаний.

Список литературы

1. Административные барьеры в строительном бизнесе [Электронный ресурс]. – Электрон. дан. – Режим доступа: бизнесе https://www.novostroy-m.ru/novosti/administrativnyh_barerov_v_rossii
2. Инвестиционный рынок недвижимости России 1 квартал 2017 года [Электронный ресурс]. – Электрон. дан. – Режим доступа: http://www.jll.ru/russia/ru-ru/Research/JLL_Russia_Investment_Q2_2017_RUS.pdf?b86430c9-1bd0-448c-85fd-b73521d1e6f2
3. Петрова, В. О. Динамика иностранных инвестиций в российскую экономику в современных условиях / В. О. Петрова // Молодой ученый. – 2015. – №8. – С. 603-606.
4. Результаты инвестиционной деятельности РФПИ и международных партнеров на Дальнем Востоке России [Электронный ресурс]. – Электрон. дан. – Режим доступа: <https://rdif.ru/fullNews/1780/>
5. Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс]. – Электрон. дан. – Режим доступа: http://www.gks.ru/bgd/free/B09_03/IssWWW.exe/Stg/d06/64.htm.
6. Яшина, Г. Иностранные инвесторы на российском строительном рынке [Электронный ресурс]. – Электрон. дан. – Режим доступа: http://kapital-rus.ru/articles/article/inostrannye_investory_v_rossijskom_stroitelnom_rynke/

ЧЕЛОВЕЧЕСКИЙ ПОТЕНЦИАЛ КАК ЦЕЛЬ К САМОРАЗВИТИЮ, ДОСТУПНАЯ ЛЮБОМУ ИНДИВИДУ ИЛИ ИСКЛЮЧИТЕЛЬНАЯ ПРИВИЛЕГИЯ ДЛЯ ИЗБРАННЫХ В НАШЕ «СВОБОДНОЕ ВРЕМЯ»

1 Бурьянова Н.В., 2 Литюк А.С.

1 доцент, кандидат экономических наук, 2 студент

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Донской государственной технической университет», Россия, г. Ростов-на-Дону

Аннотация: Большинство экономистов современности ищут ответ на извечный вопрос. Что есть главный двигатель бизнеса, прогресса, экономики в целом? Многие обращают свои взоры к инновационным изобретениям, однако, помнят ли они, что их тоже создал человек? В данной статье поднимается вопрос важности человеческого потенциала. Дается представление современных реалий не такими, как они представлены в большинстве СМИ, но реальных проблем, с которыми сталкивается большая часть человечества, даже максимально низменных из них, о которых в обществе часто непринято говорить, либо о тех, что считаются давно решенными, хотя они существуют по сию пору.

Ключевые слова: международная экономика, человеческий потенциал, развитие человечества, индекс человеческого развития, глобальные проблемы человека.

Развитие человечества и человека – вот два главных вопроса, которыми уже многие века задается большинство ученых и философов. В чем секрет процветания общества? Что верно или ложно понимать под человеческим развитием, личностным самосовершенствованием, а как следствие глубиной потенциала человека, нации и общества в целом – возможности быть лучше? В своей работе я предлагаю исследовать данные вопросы, а также понять способно ли государство помогать и поощрять своих граждан к саморазвитию, возможно ли выжить в условиях, когда большую часть своего времени современный человек проводит на работе, где компания не всегда готова вкладывать деньги и время в своих работников, в условиях, когда страны больше озабочены безопасностью границ, нежели тем, насколько высокоразвиты, свободны в своем выборе, обеспечены, открыты в своем выборе и нацелены на самообразование его граждане. А ведь нужно понимать, что именно индивиды, как думающие и творящие составляют общество, населяющее планету.

Человеческое развитие – есть крайне важный критерий современного сосуществования человека с обществом. Он имеет прямое отношение к свободам человека - свободе реализации потенциала каждого отдельного индивида. Однако важен феномен человеческого развития не только и не столько в индивидуальном разрезе, но в совокупности, именно в этом заключается особенность данной концепции - всеобщность человеческого развития, зависящая от ее индивидуального характера. Однако, принцип всеобщности это одно, особенно в теоретическом смысле, а его воплощение на практике – совсем иное. Чтобы обеспечить человеческое развитие всем и каждому мало просто определить характер и причины обездоленности тех, кто остался обделенными. Для решения проблем, мешающих сделать человеческое развитие всеобщим, необходимо выдвинуть на передний план некоторые аспекты перспективного подхода к структуре и оценке человеческого развития. Например, ключевое значение для человеческого развития тех имеют те, кто в настоящее время обделен, имеют или наоборот не имеют права и защищенность человека, голос и автономию, коллективный человеческий потенциал и взаимозависимость альтернатив выбора. Аналогичным образом, для оценки человеческого развития и обеспечения того, чтобы его плодами мог воспользоваться каждый, необходимо учитывать качество результатов человеческого развития, а не только их количество, выходить за рамки средних показателей и проводить дезагрегирование статистических данных (в частности, по гендерному признаку).

Говоря о потенциале и возможностях необходимо рассматривать некие конкретные аспекты и понятия, на основе изучения, измерения которых можно вынести те или иные выводы. Такие критерии я представляю на рисунке 1. На мой взгляд, наличие или отсутствие тех или иных, степень их наличествования и качества присутствия способны дать цельное представление о возможностях развития человеческого потенциала в той или стране или часть света.



Рисунок 1 – Критерии определения возможности развития человеческого потенциала

Человеческий потенциал является одним из основных видов совокупного экономического потенциала и отличается конкретными и качественными характеристиками. Необходимая численность населения отличается определенными качественными показателями (квалификационной и профессиональной структурой) и является необходимым ресурсом, без которого невозможно не только развитие национальной экономики, но и ее нормальное функционирование. Соответственно, чем больше степень обеспеченности человеческим потенциалом, тем больше потенциальная способность национальной экономики к росту.

Само собой человечество, для понимания того, эффективны ли используемые ее методы производит различные расчеты, такие, как, например, индекс человеческого развития, который на протяжении многих лет показывает, насколько успешно человечество в искоренении своих вековых проблем, таких как голод, необразованность, отсутствие прав у определенных групп населения, детский труд и многое другое.

На рисунке 2 я представляю общую тенденцию показателя ИЧР, глядя на которую, можно отметить, что согласно проведенным исследованиям программы, которые проводят различные фонды по защите людей, их прав и свобод фактически работают.

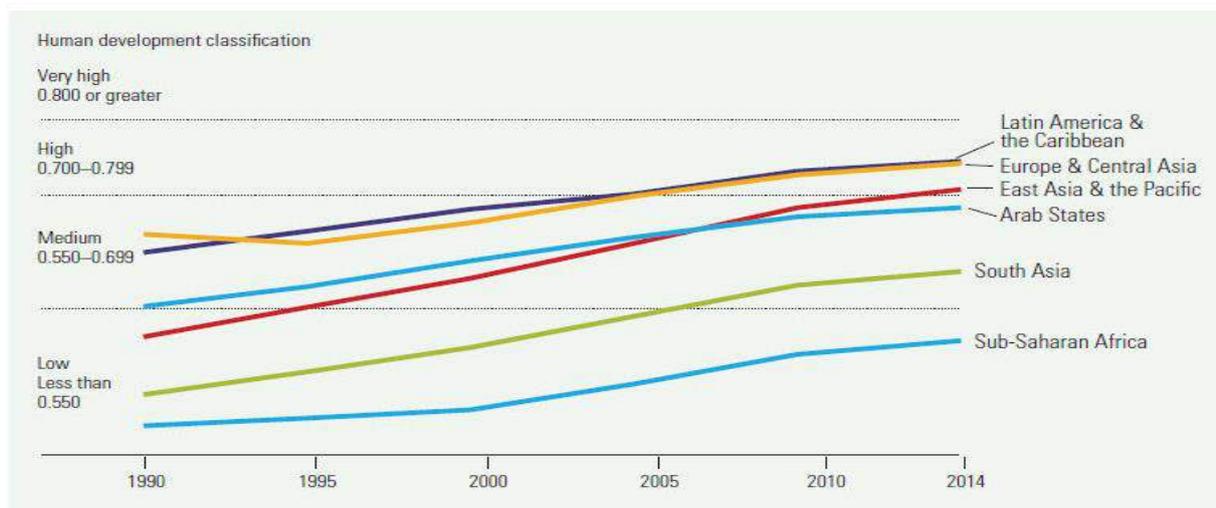


Рисунок 2 – Динамика изменения фактического значения ИЧР с 1990 по 2014 годы

Обратившись к рисунку 2 можно увидеть достаточно радужную картину происходящего, но достаточно ли этого в действительности? С какими проблемами сталкивается общество, причисляющее себя к постиндустриальной стадии развития человечества?

На удивление, многие люди полагают, что человечество уже почти не сталкивается с такими проблемами, как труд детей, бедная старость, когда пожилым людям не выплачивается пенсия, а значит, они вынуждены работать, почти искоренено понятие неоплачиваемого и насильственного труда, однако, это не так, и подтверждение этому данные рисунка 3.

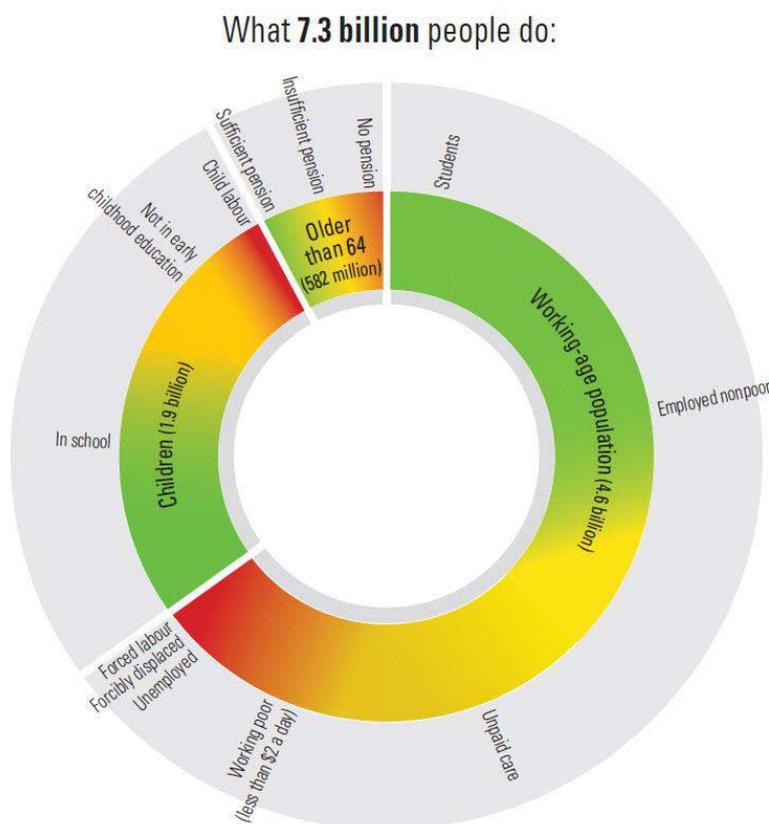


Рисунок 3 – Пропорциональное соотношение людей разных возрастов к добровольной или принудительной занятости

Как можно увидеть из рисунка, ситуация не отличается позитивностью. Около трети людей пенсионного возраста не получают пенсии вообще, еще треть пенсию получает, однако, она крайне скудная, чтобы на нее можно было устроить достойную старость, достаточно большое количество, если помнить, что в графике мы рассматривать 7,3 миллиарда людей проживающих на Земле, получают крайне низкую заработную плату, около 30% процентов от взрослого населения человечества заняты неоплачиваемым трудом, а около 10% заняты принудительным трудом, куда до сих пор входит рабство, которое крайне распространено в наиболее отсталых странах Азии, Африки, а также в некоторых уголках Индии. В современности не принято это афишировать, так как порабощение человека человеком считается неприемлемым и невозможным. На телевидении редко передают новости о людях даже из развитых стран, которые были украдены и проданы в рабство, однако, такая проблема существует и ни в коем случае нельзя закрывать на нее глаза.

В современном обществе одной из проблем является довольно распространенная замкнутость людей. В этом многие ученые видят определённые условия для деградации потенциала человека, так как понятие потенциала человечества в такой ситуации становится размытым. Проведенные в разных странах исследования показывают, что не всегда люди обращают внимание на отсутствие людей, которых по логике должны видеть каждый день, не всегда человек подойдет и окажет помощь тому, кто находится в беде, или тому, кому стало плохо. Именно такое поведение, безразличие к такому же человеку как ты, дает повод таким проблемам, как кража людей и их в дальнейшем насильственный труд и угнетение. Сложно говорить

о потенциале человечества, когда зачастую отсутствует элементарное понятие безопасности индивида, который, казалось бы, находится в развивающемся обществе. Не просто определить потенциал человечества и в условиях ограниченной доступности людей к даже самым базовым потребностям. Так на рисунке 4 представлено количество людей, которые в те или иные годы недополучало тех или иных необходимых благ, или страдало от отсутствия таких аспектов человеческой жизни, как квалифицированный медицинский уход, отсутствие доступа к образованию и даже простой нехватки чистой безопасной для потребления воды.

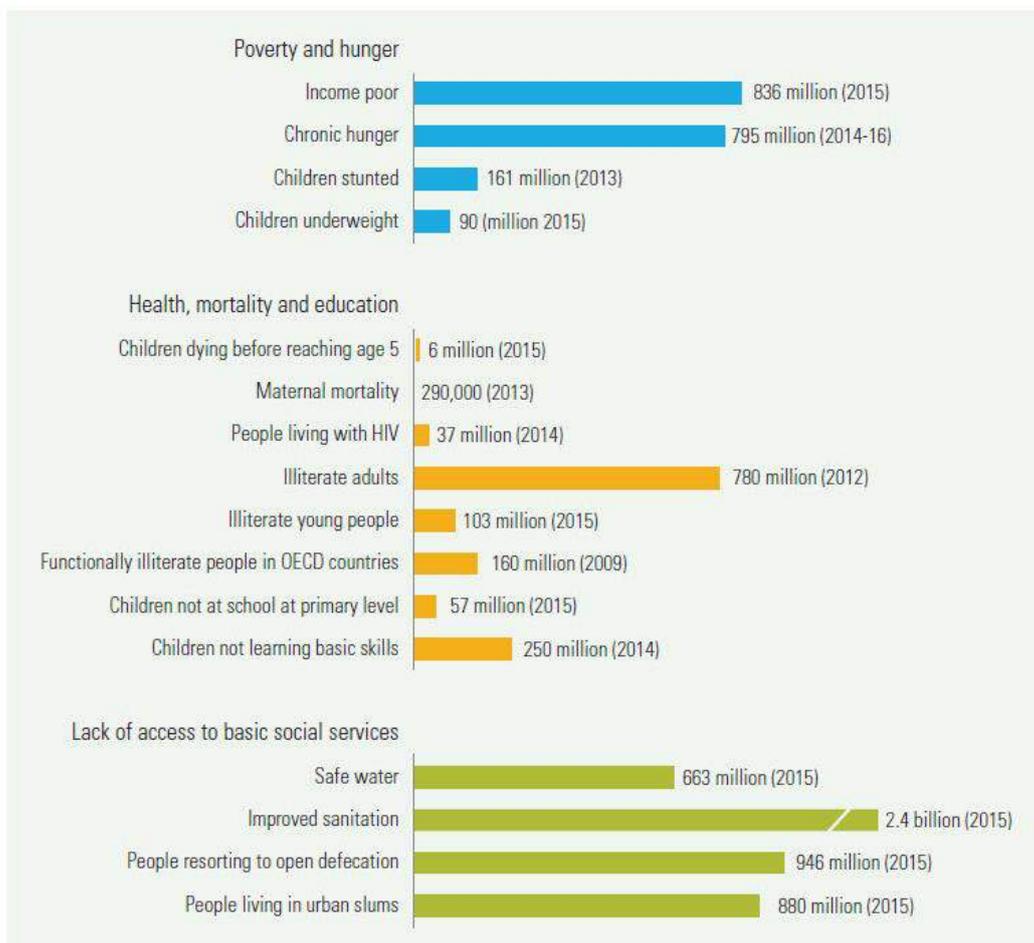


Рисунок 4 – Масштабы человеческих лишений в мире в разные годы 21 века

Как можно отметить из рисунка 4 ключевыми проблемами разных лет стали: отсутствие необходимых человеку санитарных условий, безграмотность населения, хронический голод и т.д. Потенциал человека и человечества при таких условиях приближен к нулю.

Иная же проблема, с которой сталкивается общество при рассмотрении вопроса человеческого потенциала, менее радикальна, но также важна для общества, нацеленного на развития потенциала человека как природного индивида до максимально возможного уровня - феномен гендерного неравноправия. Говоря о потенциале экономического развития того или иного предприятия или региона мы говорим о конкретных целевых показателях, которые необходимо выполнить в тот или иной период времени, однако, для многих стран, как оказывается, существует и гендерное распределение выставления таких целей. Так, во многих странах в наше время существует понятие разрешения и запрета женщине на работу, в других женщины могут реализовать себя лишь в узком круге профессий, где исторически было принято видеть женщину, в иную же деятельность дорога женщине закрыта. Полная картина реалий отношения современного общества к человеческому потенциалу женщины приведена на рисунке 5.

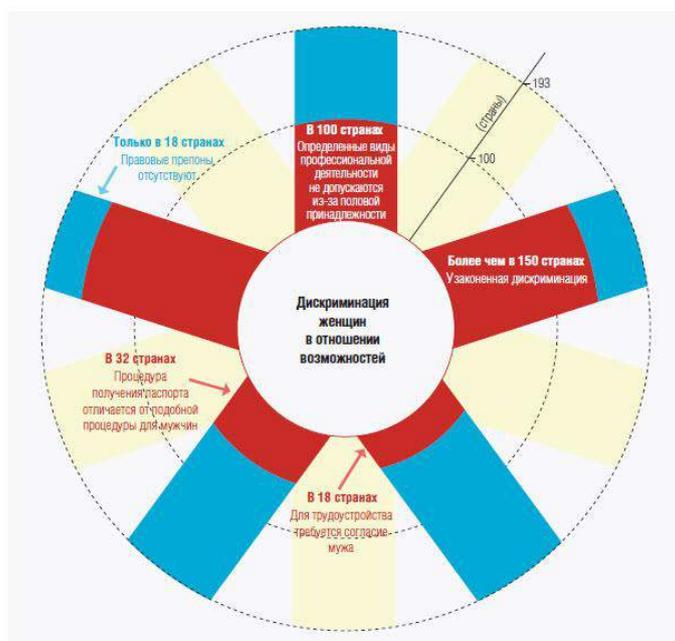


Рисунок 5 – Примеры проблем женской половины населения Земли, связанные с их гендером

Эту же тенденцию можно увидеть и при исследовании крупных управленческих должностей. Как можно увидеть из рисунка 6, во многих странах Азии и бассейна Тихого океана или, к примеру, Латинской Америки количество женщин на крупных управленческих позициях далеко от уровня занятости на таких же позициях женщин из стран Северной Америки или Восточной Европы.

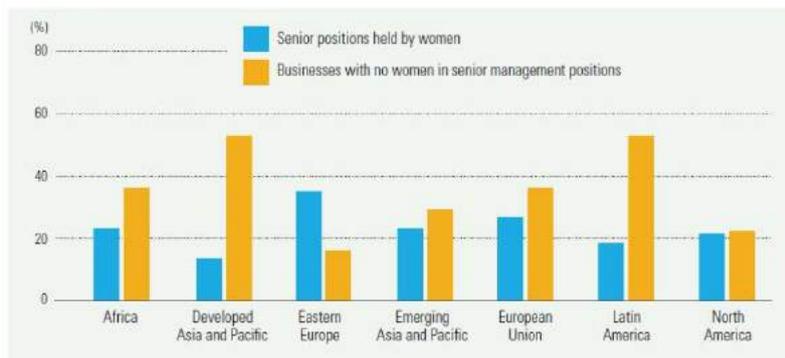


Рисунок 6 – Представленность женского пола на позициях управленцев высшего уровня в различных сферах бизнеса по регионам по итогам 2015-2016 годов

Одной из последних проблем, а точнее критериев доступного развития человеческого потенциала, объявленных мною в начале работе, но не последней по значению является проблема соразмерного улучшения индекса образованности и здоровья индивида. В своем исследовании данные индексы считаю логичным рассматривать именно воедино так как именно увеличение образованности, а значит, и знаний в том числе о болезнях и особенностях организмов повышают жизненный уровень индивида, и наоборот получение знаний не должно наносить вреда организму индивида в процессе. Так, если обратиться к рисунку 7, можно отметить, что в большинстве рассматриваемых территорий уровень образованности, как и уровень здоровья наций на представленных территориях повысился. Худшую тенденцию развития в свою очередь показали территории Южной Азии, а также территория Африки к югу от Сахары. Так в первом случае были улучшены, пусть и не достаточно мощно оба показателя, а вот во втором случае показатель здоровья нации, по сути, сильно не изменился, хоть и повысилась грамотность населения. Данное явление можно объяснить различными образовательными миссиями различных международных организаций, однако, в сфере здоровья данные миссии преуспевают не настолько успешно, в том числе из-за проблем указанных ранее, в том числе проблем нехватки чистой питьевой воды, которая по сути является

разносчиком инфекционных заболеваний, в том числе всем известного вируса Эболы, которая на своем пути подвергла опасности, а также унесла жизни многих людей.

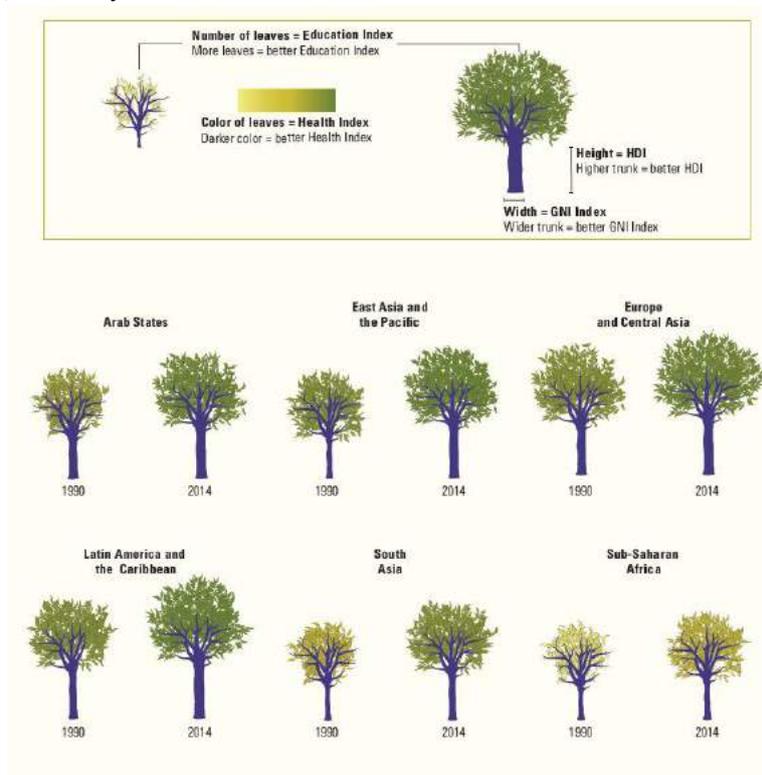


Рисунок 7 – Изменения индексов образованности и уровня здравоохранения на момент конца 20 века и по прошествии нескольких лет 21 века

Итак, подводя итог всему вышесказанному, что бы хотелось сказать. Пожалуй, стоит отметить, что говоря о свободном обществе современности, свободном от стереотипов и проблем прошлых веков стоит говорить о том, что большинство проблем так и осталось с человечеством. Нельзя само собой сказать, что решены были многие проблемы, или не уделяется времени, сил и денег всем вышеуказанным вопросам, однако, этого не достаточно.

Человеческий потенциал, как теперь понятно, есть не абстрактная категория, но вполне реальная и конкретная сфера деятельности и разработок современного общества. Человеческий потенциал – есть совокупное название ко всем действиям, которые может осуществить человек для улучшения и развития общества, государства и самого себя, находясь в равных условиях с другими представителями своего же вида. Проведенный анализ показал, что несмотря на всю развитость общества, на всеобъемлющий прогресс, который охватывает различные сферы жизни, так и остались простые и насущные проблемы, с которыми сталкивается огромный процент населения земного шара. Развитие человеческого потенциала напрямую связано с решением этих низменных, но при том основополагающих, первостепенных потребностей человечества. Обратившись к данной проблеме более глубоко, становится ясно, что проблема социального неравенства и отсталости части населения нашей планеты, тормозящая развития потенциала миллионов людей, может быть решена при достаточном денежном участии более богатой части населения планеты, ведь как можно жить в роскоши, осознавая, что у кого на планете просто не хватает чистой воды. Проблема же развития человеческого потенциала на уровне гендерного различия может быть решена, на мой взгляд, путем создания наднациональных органов, при участии всех стран, которые бы были способны издавать законы, запрещающие гендерную дискриминацию, и имеющие большую правовую силу, нежели законы отдельных стран. Такие органы могли бы освоить контроль за соблюдением выданных предписаний и дать возможность проявления потенциала согласно развитости и идейности человека, а не относительно его половой принадлежности. В целом, ряд направлений, которые помогут решить вышеуказанные проблемы представлены на рисунке 8. Буквально четыре направления, каждая из которых делится на подзадачи способны, по моему мнению, решить большинство существующих проблем.

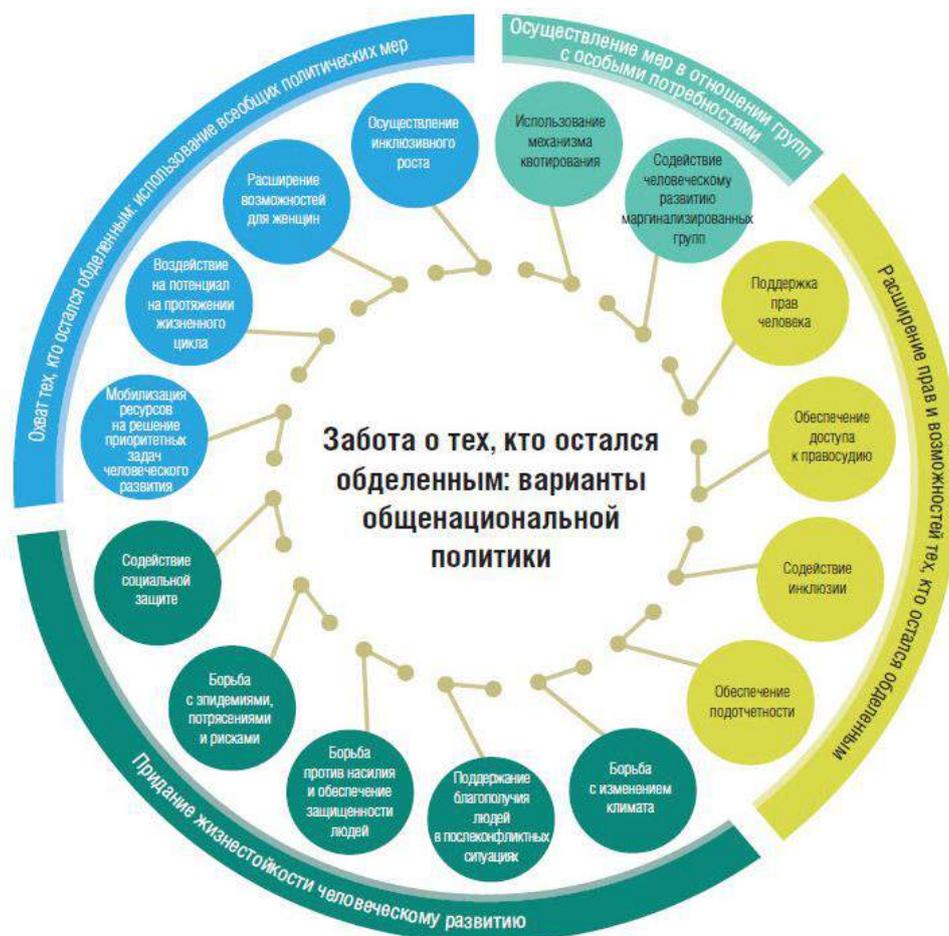


Рисунок 8 –Четыре основных направления деятельности человечества, направленных на решение глобальных проблем развития потенциала человека

Вовлеченность каждого индивида в проблемы человечества – и есть развитие потенциала человека. Развитие потенциала индивида – есть развитие потенциала страны. Развитие потенциала страны – есть развитие потенциала экономики, а значит и места на политической арене. Развитие потенциала всех стран мира – есть путь к следующему этапу развития человечества.

Список литературы

1. Воронина В.П. Мировое хозяйство и экономика стран мира: учебное пособие. / Под ред. Воронина В.П., Кандакова Г.В., Подмолодина И.М. – М: Финансы и статистика, 2014
2. Ломакин В.К. Мировая экономика: учебник/ Под ред. Ломакин В.К. -М.: ЮНИТИ, 2014
3. Тарасевич Л. С. Макроэкономика: учебник для бакалавров; рекомендовано МО и науки РФ / Тарасевич Л.С., Гребенников П.И., Леусский А.И. - 9-е изд., испр. и доп. - М.: Юрайт, 2013
4. Фигурнова Н.П. Международная экономика: учебник./ Под ред. Фигурнова Н.П. -М.: Омега-Л, 2015
5. Щербанина Ю.А. Мировая экономика: учебник. /Под ред. Щербанина Ю.А. - М: Юнити, 2013
6. Юдин Б.Г. Человеческий потенциал как критический ресурс России: учебник/Под ред. Юдин Б.Г. – М.: Институт философии РАН, 2007

РАЗРАБОТКА МАРКЕТИНГОВОЙ СТРАТЕГИИ ОРГАНИЗАЦИИ

Симонова Д.А., Тухканен Т.Н.

Донской государственный технический университет, г. Ростов-на-Дону

В настоящее время, с переходом экономики к рыночным отношениям, повышается самостоятельность предприятий, их экономическая и юридическая ответственность. Вместе с тем усиливается и роль конкуренции, как основного механизма регулирования хозяйственного процесса. В таких условиях фирма не может ограничиваться только текущим планированием и оперативным управлением своей деятельностью. Назрела необходимость стратегического мышления, которое должно воплотиться в программу действий, уточняющую цели и средства выбранного пути развития. Еще несколько лет назад стратегический маркетинг представлялся, прежде всего, как определение общего направления деятельности фирмы, ориентированного в будущее и реагирующего на изменение внешних условий. В последнее время основной упор делается на формирование ориентированной на рынок эффективной организационной и управленческой системы и распределение в соответствии с этим управленческих ресурсов фирмы. Иначе говоря, маркетинговая стратегия рассматривается как объединенная система организации всей работы фирмы. В современном мире каждое предприятие должно предельно четко понимать свои цели, задачи и необходимый комплекс мер, который потребуется, чтобы их достигнуть.

Стратегическое планирование необходимо, так как оно позволяет компании оперативно реагировать на меняющиеся условия рынка. Каждая компания должна найти свой стиль работы, наилучшим образом учитывающий специфику условий, возможностей, целей и ресурсов.

Стратегия - общий, не детализированный план какой-либо деятельности, охватывающий длительный период времени, способ достижения сложной цели, являющейся неопределенной и главной для управленца на данный момент, в дальнейшем корректируемой под изменившиеся условия существования управленца-стратега. Задачей стратегии является эффективное использование наличных ресурсов для достижения основной цели.

Маркетинговая стратегия - это совокупность долгосрочных решений относительно способов удовлетворения потребностей существующих и потенциальных клиентов компании за счет использования ее внутренних ресурсов и внешних возможностей. Цель разработки стратегии - определение основных приоритетных направлений и пропорций развития фирмы с учетом материальных источников его обеспечения и спроса рынка.

Стратегия должна быть направлена на оптимальное использование возможностей компании и предотвращение ошибочных действий, которые могут привести к снижению эффективности деятельности фирмы.

Разработка маркетинговой стратегии организации - это необходимость каждой организации вести свою деятельность запланировано.

Маркетинговая стратегия определяет не только пути развития организации, но и намечает борьбу с конкурентами, целенаправленное отделение и обособление от конкурентов с целью заполнения высоких лидирующих позиций в заданном секторе рынка.

Маркетинговая стратегия - это общее определение действий организации, которые могут существовать в виде:

- плана развития организации на долгосрочные периоды;
- плана оперативных вмешательств в случае резкого динамического всплеска на конкурентном рынке;
- алгоритма действий реорганизации предприятия и прочее.

Разработка маркетинговой стратегии необходима для обеспечения эффективности проводимых маркетинговых мероприятий. Разработка и реализация стратегии маркетинга на потребительских рынках требует от любой компании гибкости, способности понимать, приспосабливаться и, в отдельных случаях, влиять на действия рыночных механизмов при помощи специальных маркетинговых методов.

Было исследовано предприятие, которое базируется на производстве оторных лодок, катеров и яхт.

На примере исследуемого предприятия были сделаны выводы, что конкурентная позиция исследуемой организации высокая, однако, не следует забывать о том, что бизнес некоторых организаций-

конкурентов находится в стадии развития, следовательно, необходимо разрабатывать интересные предложения и маркетинговые подходы к привлечению большего количества клиентов.

Был проведен комплексный анализ деятельности предприятия.

А именно:

- исследована деятельность предприятия;
- исследована структура управления;
- проведен анализ численности и состава сотрудников;
- оценены финансовые показатели деятельности.

Группой сотрудников предприятия проведен конкурентный анализ среди аналогичных предприятий.

Качественно разработанная маркетинговая стратегия позволит привлечь большее количество покупателей с целью покрытия расходов. Кроме того, сегодня бизнес предприятия расширяется, а, следовательно, для организации характерны значительные издержки. Помимо этого установлено, данная организация не является лидером среди конкурентов, а занимает вторую лидирующую позицию в условиях развивающегося бизнеса конкурентов.

Совокупность выявленных недостатков диктует необходимость разработки маркетинговой стратегии организации.

Целью разработки маркетинговой стратегии предприятия является разработка мероприятий, направленных на повышение прибыли организации и достижение позиции лидера в конкурентной среде.

Опираясь на ранее приведенные теоретические исследования, необходимо отметить, что стратегия организации будет комбинированной, сочетающей в себе базовые аспекты следующих стратегий:

1. Стратегия усиления позиций на рынке.
2. Стратегия централизованной диверсификации.
3. Стратегия конгломеративной диверсификации.

Применение базовых аспектов стратегии усиления позиций на рынке связана с тем, что предприятие сегодня занимает вторую позицию среди лидеров, причем, отягчающим обстоятельством в этом случае является то, что большинство конкурентов пока находятся на стадии развития. При достижении ими развитой стадии, данная организация вполне может оказаться среди аутсайдеров в конкурентном рейтинге.

Применение базовых аспектов стратегии конгломеративной диверсификации основано на том, что предприятие всегда имеет потенциальные (нераскрытые на сегодняшний день) возможности, раскрытие которых позволит сформировать дополнительные источники получения прибыли.

Все перечисленные стратегии, а точнее, действия в рамках этих стратегий, позволят сформировать новую альтернативную комбинированную стратегию, только для исследуемой организации.

Мероприятия в рамках предлагаемой комбинированной стратегии предприятия связаны с ранее выбранными стратегиями:

1. С централизованной диверсификацией, когда на реализацию мероприятий тратится минимум средств и усилий, так как мероприятия уже заложены в действиях организации, но пока по каким-либо причинам не развиты.
2. С конгломеративной диверсификацией, когда на реализацию мероприятий тратятся значительные средства и усилия, так как мероприятия скрыты в действиях организации, и для их развития потребуется достаточно большой промежуток времени.
3. С усилением позиций на рынке, когда известные и заранее продуманные маркетинговые действия позволят потеснить конкурента.

Весь комплекс предлагаемых действий следует рассматривать как единую комбинированную стратегию развития организации.

Список литературы

1. Амблер, Т. Практический маркетинг: учебник / Т. Амблер. - СПб.: Питер, 2012. - 400 с.
2. Афанасьев, М.П. Маркетинг: стратегия и тактика развития фирмы: учебник / М.П. Афанасьев. - М.: Книга, 2013. - 304 с.
3. Багиев, Г. Л. Основы организации маркетинговой деятельности на предприятии: учебник / Г. Л. Багиев. - СПб.: Обл. правл. ВНТОЭ, 2010. - 240 с.
4. Березин, И.С. Маркетинг и исследование рынков: учебник / И.С. Березин. -М.: Русская деловая литература, 2014. - 416 с.

5. Борисов, Н.А. Организация эффективной деятельности предприятия / Н.А. Борисов // Менеджмент в России и за рубежом. - 2012. - № 5. - С. 23-30
6. Божук, С.Г. Маркетинговые исследования. Основные концепции и методы. -СПб.: Вектор, 2013. - 288 с.
7. Весин, В.Р. Основы менеджмента: учебник / В.Р. Весин. - М: Триада. Лтд, 2010. - 384 с.
8. Виханский, О.С. Стратегическое управление: учебник / О.С. Виханский. - М.: Гардарики, 2013. - 296 с.
9. Власова, В.М. Основы предпринимательской деятельности: учебное пособие / В.М. Власова. - М.: Финансы и статистика, 2014. - 541 с.
10. Голубков, Е.П. Маркетинг: учебное пособие / Е.П. Голубков. - М.: Дриада, 2010. - 262 с.

СЕКЦИЯ №12.

PR И РЕКЛАМА

СЕКЦИЯ №13.

ОПЕРАЦИОННЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ

СЕКЦИЯ №14.

ПРОБЛЕМЫ МАКРОЭКОНОМИКИ

К АРХИТЕКТУРЕ НАЦИОНАЛЬНОЙ КРИПТОВАЛЮТЫ

Щербаков А.Ю.

Федеральный исследовательский центр «Информатика и управление» РАН (ФИЦ ИУ РАН), Москва

Казалось бы, даже название темы в такой редакции выглядит достаточно абсурдным – криптовалюта изначально полагается анонимным инструментом, который создавался для того, чтобы вывести псевдоденежное обращение из-под контроля государства.

Но как учит на основательно позабытая диалектика – закон отрицания отрицания неумолимо действует, и в силу объективных (расширение номенклатуры криптовалют, рост курсов их котировок) и субъективных (популярность темы в СМИ, рост интереса к теме в общественном сознании) к криптовалютам начинает проявлять интерес государство в лице крупных корпораций и регуляторов.

В чем основной политический смысл использования криптовалюты в государственной экономике? Во-первых, самое главное, хотя и вынесенное основательно за скобки – взять производство (майнинг) криптовалюты (КВ) под более или менее плотный контроль. Контроль заключается не только в отслеживании операций с КВ, чем пугают СМИ рядового обывателя (анонимность КВ сразу заканчивается при ее обмене на реальные деньги, поскольку процедуру идентификации личности для реального денежного оборота еще никто не отменял), но и в контроле эмиссии криптовалюты.

Во-вторых – весьма важный политический – непосредственное участие граждан в эмиссии массы КВ и разгрузка внимания граждан от потенциальных проблем с основной национальной валютой.

В третьих – участие государства выгодно и для самого института КВ, поскольку в глазах почтеннейшей публики выводит эту тему из полукриминального акцента в область более или менее прозрачного процесса.

Кроме того, и транспарентность выработки, хождения и количества КВ также важна для поддержания транспарентно-демократического экономического дискурса.

Далее, клиринговый оборот КВ позволит разгрузить платежную систему безналичных расчетов и снизить нагрузку на наличное обращение, причем весьма существенно.

Заметим также, что открытость схемы формирования КВ и ее поддержка государством в виде сертификации криптографических решений уполномоченными органами также повышает не только субъективное, но и объективное доверие к механизму эмиссии и хождения КВ.

Исходя из сформулированных принципов, можно сформулировать глобальную архитектуру национальной КВ как в системно-аналитическом, так и в техническом аспекте.

Первый принцип – это разделение области майнинга, хранения (что часто называют термином BlockChain) и операций с КВ на две условно непересекающиеся области – на схеме – область «золотых фишек» (государство, казначейство, министерство финансов, бюджетники и крупные корпорации) и область «красных фишек» - более рискованный рынок условно частных и средних (и возможно «анонимных», идентифицированных только номером или псевдонимом) майнеров КВ и участников оборота и рынка КВ.

Во главе архитектуры находятся Удостоверяющий центр (УЦ), снабжающий всех участников системы КВ сертификатами (на схеме Cert разных индексов и назначения) и Центр эмиссии (ЦЭ) который проверяет и заверяет выработанные монеты (с номером M_i) своей электронной подписью (ЭП), которая на схеме обозначена как операция Sign().

Предполагается следующая схема эмиссии КВ. Внутри доверенного аппаратного модуля (HSM – Hardware Security Module), который сертифицирован уполномоченными национальными органами вырабатывается случайное число с аппаратного датчика R_i . Далее при помощи константы $H(\text{Root})$, где H – хеш-функция, а Root – текстовая строка – символ КВ, например RuCoin, фиксируется часть бит R_i таким образом, чтобы длина неизвестных бит V_e была равна текущему параметру майнинга (потенциальной эмиссии КВ), обозначим это значение как $[R_i]V_e$. Далее, на публичный ресурс, являющийся неотъемлемой частью системы КВ помещается $H([R_i]V_e)$ и номер монеты M_i . Для выработки монеты в целом используется криптографический алгоритм зашифрования $y=E(x, k)$. Необходимо заметить, что все операции выполняются внутри HSM и R_i принципиально никому не известен, что исключает риск вмешательства в работу системы со стороны ЦЭ.

Майнеры, имея $H([R_i]V_e)$ и номер монеты M_i перебирают значения D_j в заданном V_e диапазоне значений таким образом, чтобы получить $H(D_j)=H([R_i]V_e)$, после чего вырабатывается монета $M_i||E(M_i,D_j)$, (символ $||$ обозначает конкатенацию), которая подписывается подписью манера и передается либо непосредственно на ЦЭ для участников «золотой» области, либо через публичный ресурс на ЦЭ для участников «красной» области. Монета на ЦЭ в свою очередь проверяется на наличие и правильность подписи майнера и загружается в HSM ЦЭ и окончательно проверяется там при помощи алгоритма шифрования E или расшифрования $D: x=D(y,k)$ и внутри же подписывается ЭП ЦЭ и публикуется на ресурсе и в блокчейнах областей. После чего случайное число R_i уничтожается.

Для игроков «золотой» области монета подписывается еще и ЭП регулятора (национального или центрального) банка. Регулятор также устанавливает скорость эмиссии V_e единолично, либо с участием голосования участников.

Таким образом, монета в цепочке блокчейна подписана либо двумя подписями – майнера и ЦЭ, либо дополнительно третьей подписью регулятора, что обозначает ее доверенность.

Операции с монетами также происходят с использованием ЭП участников, при этом владелец (на первом этапе это майнер монеты) подписывает операцию как донор, а принимающий монету участник – как акцептор, наращивая блокчейн еще двумя подписями под описанием операции с монетой. В «золотой» зоне гарантом сделки может выступать регулятор, либо уполномоченный им банк, добавляя в блокчейн третью, своего рода, нотариальную подпись.

В данном случае, в отличии от биткойна, возможность эмиссии ограничена только разрядностью числа M_i .

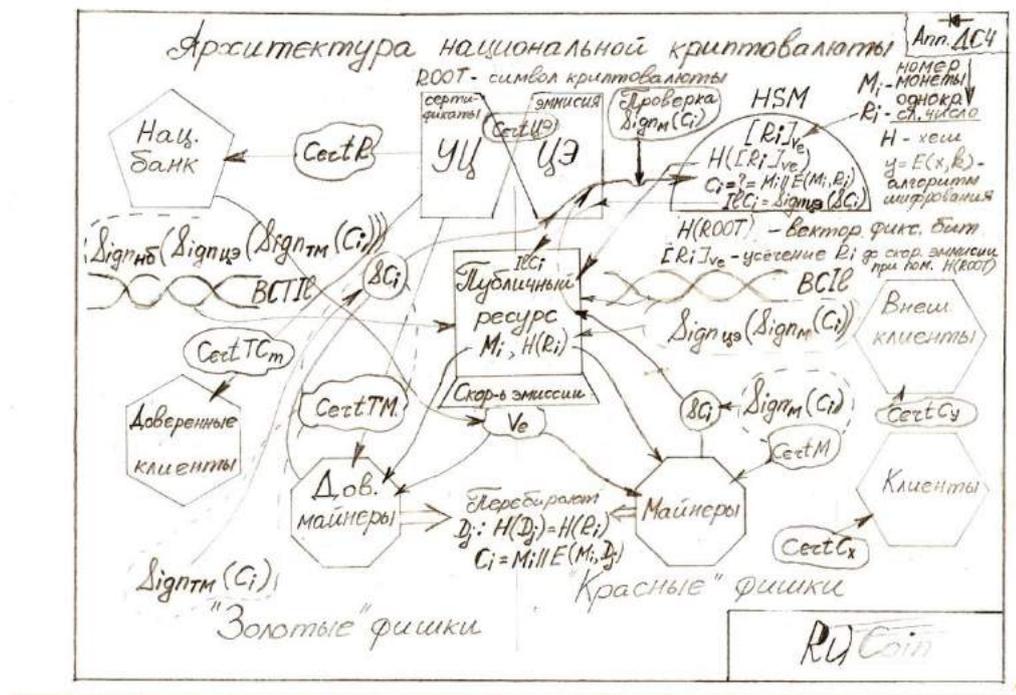
Регулирование массы КВ происходит либо установлением ограничений на публикуемые кандидаты M_i и $H([R_i]V_e)$, либо регулированием значений V_e – увеличением, если нужно ограничить рост массы КВ, либо уменьшением, если нужно ее увеличить.

Механизм, точно регулирующий скорость эмиссии в данной архитектуре весьма важен. Иначе, как и в случае с биткойном, из-за дефицита средства курс будет стремительно расти, что хорошо для спекулянтов, но совершенно не позволяет вести в криптовалюте бизнес, выдавать кредиты и т.д. Именно по этой причине физически ограниченное золото не смогло стать полноценными деньгами в растущих экономиках.

При выставлении на майнинг нескольких кандидатов для каждого должно быть выработано индивидуальное число R_i и храниться до его завершения. В систем также должно действовать единое время для установления первого манера монеты, а также должна существовать система объективных очередей намайненных и переданных в ЦЭ кандидатов в монеты, доступных для внешнего контроля.

По мнению ведущего теоретика денег к.э.н. Ю.Шушкевича, национальную криптовалюту (в первую очередь для Российской Федерации) следует проектировать с перспективой на использование субъектами сбережения по всему миру в качестве альтернативы доллару и евро. Практически 100% подконтрольность депозитов в долларах и евро их эмиссионным центрам отменяет банковскую тайну, что хорошо видно на примере Швейцарии последних 10 лет [1]. С другой стороны, контроль за криптодепозитами хотя бы террористических организаций необходимо сохранить.

Если это удастся реализовать, то курс русской криптовалюты даже при условии эмиссии будет очень выгодным для эмитента, поскольку на неё начнет формироваться очень высокий спрос (т.е. Россия начнет превращаться в аналог Швейцарии, продавая миру финансовые услуги). А когда спрос естественным порядком стабилизируется – во избежание отката курса можно начать в рамках государственных программ менять криптовалюту на рубли (доллары и проч.) с целью, скажем, инвестиционного развития Дальнего Востока, освоения космоса и других проектов.



Список литературы

1. Ю. Шушкевич Вексель судьбы – М., 912 с.

СЕКЦИЯ №15. ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИХ ОТНОШЕНИЙ

ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ПРОЦЕССОВ УПРАВЛЕНИЯ ДОКУМЕНТАЦИЕЙ

Руднева Е.И.

Орловский государственный университет имени И.С. Тургенева, г. Орел

Согласно терминологическому стандарту, под управлением документами понимается «деятельность, обеспечивающая реализацию единой политики и стандартов по отношению к документальному фонду организации.» [4] Политика управления документами является неотъемлемой

частью общегосударственной социально-экономической политики. На протяжении исторического развития российской государственности процессы трансформации системы государственного управления неизбежно сопровождались изменениями технологии управления документами. Это связано с тем, что любое управленческое решение, отражающее содержание управленческого процесса, фиксируется в документах. Документ является носителем информации, которая в современном обществе стала полноценным ресурсом.

Государственное регулирование процессов управления документами осуществляется на уровне федеральных органов исполнительной власти, органов исполнительной власти субъектов РФ, органов исполнительной власти муниципальных районов, органов местного самоуправления, государственных учреждений. Организации, предприятия и учреждения частного сектора экономики разрабатывают локальные политики и стратегии управления документами. Ситуация осложняется тем, что на общегосударственном уровне отсутствует единый закон, который бы регламентировал все аспекты управления документами в организациях.

На сегодняшний день процессы управления документами регламентированы совокупностью законов, нормативных правовых актов и методических документов, в которых содержатся отдельные положения, регламентирующие технологию создания, обработки, хранения и использования документов в текущей деятельности учреждения, а также регламентирующие работу службы делопроизводства – ее структуру, функции, штаты, техническое обеспечение и другие аспекты.

По мнению Кузнецовой Т.В., «знание и применение законодательно-правовых и нормативно-методических актов, в которых отражены требования к документированию и работе с документами является одним из важнейших условий работы службы документационного обеспечения управления на уровне современных требований.» [3]

Документом, имеющим наивысшую юридическую силу, является Конституция Российской Федерации. В соответствии с Конституцией РФ необходимо обеспечивать «соблюдение прав граждан на информацию, её открытость и доступность, получение гражданами и организациями информации о деятельности органов законодательной и исполнительной власти и другой информации, представляющей общественный и личный интерес, а также содействовать движению информации в обществе и развитию информатизации.» [2]

Федеральные органы исполнительной власти и государственные учреждения, исполняющие государственные функции и предоставляющие государственные услуги используют при оформлении документов государственную символику. Описание Государственного герба РФ, способы и порядок его воспроизведения и использования содержатся в следующих нормативно-правовых документах:

1. Федеральный конституционный закон «О государственном гербе Российской Федерации» [8]
2. Постановление Правительства РФ «Об упорядочении изготовления, использования, хранения и уничтожения печатей и бланков с воспроизведением Государственного герба Российской Федерации» [5]
3. Государственный стандарт Российской Федерации ГОСТ Р 51511-2001 «Печати с воспроизведением Государственного герба Российской Федерации. Форма, размеры и технические требования» [1]

На законодательном уровне установлено использование государственного и национального языков в документах организаций всех форм собственности на территории РФ. В соответствии с законом «О языках народов Российской Федерации» в органах государственной, власти, органах местного самоуправления, государственных учреждениях республик наряду с государственным языком Российской Федерации могут употребляться государственные языки республик. [9]

Для работников сферы делопроизводства, занимающихся оформлением документов для отправки важно указание на язык официальной переписки. В соответствии с Федеральным законом «О государственном языке Российской Федерации» «официальная переписка и другие формы официальных взаимоотношений между государственными органами, организациями, предприятиями, учреждениями субъектов Российской Федерации с адресатами в Российской Федерации ведутся на государственном языке Российской Федерации.» [12]

Вопросы документирования и работы с документами нашли отражение в ряде законов, указов Президента РФ и постановлений Правительства РФ. В Федеральном законе «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» установлено единообразие в постановке делопроизводства. Согласно закону «в федеральных органах исполнительной власти документирование информации осуществляется в порядке, устанавливаемом Правительством Российской Федерации. Правила делопроизводства и документооборота, установленные иными государственными органами, органами

местного самоуправления в пределах их компетенции, должны соответствовать требованиям, установленным Правительством Российской Федерации в части делопроизводства и документооборота для федеральных органов исполнительной власти.» [14]

Определение понятия «документ» дано в Федеральном законе «Об обязательном экземпляре документов». [10] В статье 1 сказано, что документ – это «материальный носитель с зафиксированной на нем в любой форме информацией в виде текста, звукозаписи, изображения и (или) их сочетания, который имеет реквизиты, позволяющие его идентифицировать, и предназначен для передачи во времени и в пространстве в целях общественного использования и хранения.» [10]

В разделе 6 «Типового регламента взаимодействия федеральных органов исполнительной власти» подробно описан порядок исполнения поручений, содержащихся в распорядительных документах Президента РФ, председателя и заместителей Правительства РФ. [6]

«Типовой регламент внутренней организации федеральных органов исполнительной власти» устанавливает общие правила организации документооборота в федеральных органах исполнительной власти. Согласно п. 2.38, «правила организации работы с документами в федеральном органе исполнительной власти определяются регламентом федерального органа исполнительной власти и инструкцией по делопроизводству в центральном аппарате федерального органа исполнительной власти.» [7]

Вопросы организации и документирования работы с обращениями граждан изложены в следующих документах:

1. Федеральный закон «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации» [11]
2. Федеральный закон «О порядке рассмотрения обращений граждан Российской Федерации» [13]
3. «Типовой регламент внутренней организации федеральных органов исполнительной власти» [7]

Широкое распространение средств электронной техники в самых разных областях деятельности, в том числе в обмене информацией, привело к необходимости законодательной регламентации порядка использования электронных документов. Все больше организаций используют электронную цифровую подпись. Для них представляет интерес Федеральный закон «Об электронной подписи». [15] Он расширяет сферу использования и допустимые виды электронной подписи.

В статье Федерального закона «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» регулирующей документирование информации, говорится, что «электронное сообщение, подписанное электронной цифровой подписью, признается равнозначным документу, подписанному собственноручно, если иным нормативным актом не предусмотрена обязательность бумажного носителя.» [14]

Таким образом, четкая регламентация работы с документами, распространение единых правил управления документами в государственном и частном секторе экономики будет способствовать развитию единой системы документационного и информационного обеспечения управления в России.

Список литературы

1. ГОСТ Р 51511-2001 «Печати с воспроизведением Государственного герба Российской Федерации. Форма, размеры и технические требования»
2. Конституция Российской Федерации (принята 12.12.1993)
3. Кузнецова Т.В. Правила делопроизводства в федеральных органах исполнительной власти // Делопроизводство. 2009. № 3. С. 13-16.
4. ГОСТ Р 7.0.8-2013 «Система стандартов по информации, библиотечному и издательскому делу. Делопроизводство и архивное дело. Термины и определения»
5. Постановление Правительства РФ от 27 декабря 1995 г. № 1268 «Об упорядочении изготовления, использования, хранения и уничтожения печатей и бланков с воспроизведением государственного герба РФ»
6. Постановление Правительства РФ от 19 января 2005 г. № 30 «О Типовом регламенте взаимодействия федеральных органов исполнительной власти»
7. Постановление Правительства РФ от 28 июля 2005 г. № 452 «О Типовом регламенте внутренней организации федеральных органов исполнительной власти»

8. Федеральный конституционный закон от 25 декабря 2000 г. № 2-ФКЗ «О Государственном гербе Российской Федерации»
9. Закон РФ от 25 октября 1991 г. № 1807-1 «О языках народов Российской Федерации»
10. Федеральный закон от 29 декабря 1994 г. N 77-ФЗ «Об обязательном экземпляре документов»
11. Федеральный закон от 06 октября 2003 г. № 131-ФЗ «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации»
12. Федеральный закон от 01 июня 2005 г. № 53-ФЗ «О государственном языке Российской Федерации»
13. Федеральный закон от 2 мая 2006 г. № 59-ФЗ «О порядке рассмотрения обращений граждан Российской Федерации»
14. Федеральный закон от 27 июля 2006 г. № 149-ФЗ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации»
15. Федеральный закон от 6 апреля 2011 г. № 63-ФЗ «Об электронной подписи»

СЕКЦИЯ №16.

СТРАТЕГИЧЕСКИЙ МЕНЕДЖМЕНТ

ФОРМИРОВАНИЕ КОМФОРТНОЙ ЖИЛИЩНОЙ СРЕДЫ КАК ПРИОРИТЕТНОЕ НАПРАВЛЕНИЕ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ МУНИЦИПАЛЬНЫХ ОБРАЗОВАНИЙ (НА ПРИМЕРЕ Г. АЛЬМЕТЬЕВСКА)

Багманова И.Р.

Группа 325-М2В

**ФГБОУ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ «КАЗАНСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ» ВЫСШАЯ ШКОЛА УПРАВЛЕНИЯ**

Аннотация

В данной статье рассматриваются особенности формирования комфортной жилищной среды как приоритетное направление деятельности муниципальных образований на примере г. Альметьевска. Анализируются основные аспекты реализации развития комфортности жилищной среды на муниципальном уровне, выявлены проблемы и предложены направления повышения эффективности формирования комфортной среды для жителей города Альметьевск.

Annotation

In this article features of formation of a comfortable housing environment as a priority direction of activity of municipal formations on an example of Almet'yevsk are considered. The main aspects of the development of the comfort of the housing environment at the municipal level are analyzed, problems are identified and directions for improving the formation of a comfortable environment for residents of the city of Almet'yevsk are proposed.

Ключевые слова: жилищная среда, муниципальное образование, комфортное проживание, доступность, муниципальные программы.

Key words: housing environment, municipal formation, comfortable living, accessibility, municipal programs.

В настоящее время основной акцент в развитии муниципальных образований сделан на создание таких условий, чтобы могли успешно реализовываться мероприятия направленные на поэтапное повышение комфорта и качества проживания населения в городской среде, актуальность этой темы обусловлена тем, что на государственном уровне с 2017 по 2020 год принят к исполнению комплекс различных мероприятий, которые будут способствовать формированию комфортного проживания населения в городской среде в различных субъектах Российской Федерации, и благодаря этому к 2020 году в России будет обучено более 2000 специалистов в сфере ЖКХ и внедрено 400 проектов по комплексному совершенствованию городской среды.

Альметьевск является четвертым по значимости и численности населения городом Татарстана, но, как и многие муниципальные образования он имеет определенный ряд проблем в формировании комфортной жилищной среды.

Для жителей г. Альметьевск горожан важно, как обеспечено уличное освещение, оборудованы тротуары и общественные места, они заинтересованы в том, насколько качественно убираются улицы, а так же в своевременной и безопасной утилизации бытовых отходов, а так же озеленение города, например, озеленения города, т.к. этот элемент благоустройства городской среды призван гарантировать формирование среды муниципального образования с активным использованием растительных и природных компонентов.[1]

В то же время нет четких требований к организации современного пространства города, в том числе место граждан в этом процессе, а также к программам их достижения, которых в настоящее время в Альметьевске нет. Существующие программы с формирования комфортной жилищной среды носят не системный характер, они не имеют критериев для оценки эффективности и даже минимальных параметров необходимой работы.

Например, мероприятия по улучшению доступности среды для групп с низким уровнем мобильности, как правило, направлены на обеспечение доступности только отдельных объектов.

В этой связи важно сформировать и поддержать на муниципальном уровне не только основные тенденции создания комфортной городской среды, но и определить ключевые параметры реализации таких мероприятий.

Самая важная проблема комфортной жилищной среды в том, что большинство общественных объектов города Альметьевск, таких как тротуары, рекреационные зоны, дорожки между домов, а так же инженерные коммуникации и другие объекты инфраструктуры города, в настоящее время не обеспечивают основных комфортных условий для жизни и деятельности населения Альметьевска и нужно их улучшение.

Обращение к проблеме образования городских пространств является важным фактом. Общей целью такого рода исследований среди населения является выявление основных факторов, которые формируют комфортную и эффективную городскую среду, прежде всего жителей города, а также анализ эстетических компонентов образа города. Проекты предложений по улучшению городской среды, создающие ощущение комфорта для населения, требуют предварительного изучения, наблюдения, фиксации различных критериев, в том числе естественных, т.е. природных факторов, которые тоже влияют на дизайн современного городского пространства.

Для обеспечения безопасной эксплуатации объектов и сохранения их эстетического внешнего вида необходимо выполнить ряд мероприятий, связанных с совершенствованием объектов общегородского пользования.

Одним из вариантов решения вопросов формирования комфортной жилищной среды как приоритетное направление деятельности муниципальных образований является привлечение жителей города к реализации муниципальных программ.

Так, в американских городах широкое распространение нашло заключение эффективных контрактов на осуществление таких услуг, как утилизация твёрдых бытовых отходов, консультации по проектам зонирования и градостроительства с частными и не очень прибыльными фирмами, а также с другими муниципалитетами. Контрактная деятельность позволяет органам местного самоуправления экономить 20 – 40% той суммы, которую пришлось бы затратить на обеспечение услуг непосредственно муниципальными службами.

В США успех функционирования на местах муниципального хозяйства и коммунальной инфраструктуры всё в большей степени определяется интенсивностью и масштабами участия в решении городских проблем местных общественных институтов – неприбыльных организаций, просветительских ассоциаций, соседских общин, советов граждан, да и просто семей.

Кроме того, в пределах городских сообществ важную роль играют корпорации местного развития. Являясь частными и, как правило, неприбыльными организациями, они обеспечивают реконструкцию жилых кварталов и экономическое возрождение находящихся в упадке городских районов.

Не менее деятельны в оказании локальных социальных услуг объединения местных домовладельцев. Они имеют стабильную финансовую базу, поскольку по сложившемуся обычаю облагают сборами всех собственников жилья в данном городе. Этими средствами оплачиваются контракты на содержание улиц, систем водоснабжения и канализации, функционирование служб спасения и рекреационных зон.

Таким образом, необходимо понимание общих законов, по которым создаётся и функционирует муниципальное хозяйство в различных странах мира, для того чтобы построить чёткую и эффективную систему управления данным хозяйством.[2]

Проведение мероприятий формирования комфортной жилищной среды г. Альметьевск должно проводиться с учетом необходимости обеспечения физической, пространственной и информационной доступности общественных мест для инвалидов и других групп населения с низкой мобильностью. Применение программного метода позволит поэтапно выполнить формирования комфортных общественных зон с учетом мнения граждан, а именно:

- повысить уровень планирования и реализации мер, но улучшить (сделать их современными, эффективными, оптимальными, открытыми, популярными у граждан города);
- начать внедрение механизма поддержки мер по улучшению жилищной среды, инициированных гражданами;
- формировать инструменты для общественного контроля за осуществлением мер по улучшению жилищной среды в г. Альметьевск.

Таким образом, комплексный подход к реализации мер по формированию комфортной жилищной среды, отвечающий современным требованиям, создаст современную городскую комфортную среду для граждан, а также удобное современное «общественное пространство».

¹ Кичигина А.Г. Роль озеленения в гармонизации городского пространства на примере города Омска // Инновации в науке: научный журнал. – № 5(66). – Новосибирск., Изд. АНС «СибАК», 2017. – С. 20-21.

² Петров К.С., Колесников И.А. Современные аспекты формирования комфортной городской среды // Инновации в науке: сб. ст. по матер. LXI междунар. науч.-практ. конф. № 9(58). – Новосибирск: СибАК, 2016. – С. 98-102.

Список литературы

1. Кичигина А.Г. Роль озеленения в гармонизации городского пространства на примере города Омска // Инновации в науке: научный журнал. – № 5(66). – Новосибирск., Изд. АНС «СибАК», 2017. – С. 20-21.
2. Козлова, Л. Н. Сад в центре Омска: возникновение и развитие / Л. Н. Козлова // Инновации в науке: сб. материалов Междунар. науч.-практ. конф. Секция «Искусствоведение» – 2016. – 55-1. – С. 66–73.
3. Козлова, Л. Н. Скверы и бульвары как объекты проектирования коммуникативного пространства современного города / Л. Н. Козлова // Проблемы современной науки и образования. – 2016. – №7 (49). – С. 187–189.
4. Петров К.С., Колесников И.А. Современные аспекты формирования комфортной городской среды // Инновации в науке: сб. ст. по матер. LXI междунар. науч.-практ. конф. № 9(58). – Новосибирск: СибАК, 2016. – С. 98-102.

СЕКЦИЯ №17.

ТЕОРИЯ УПРАВЛЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКИМИ СИСТЕМАМИ

ПРОБЛЕМЫ УСЛОЖНЕНИЯ ЗАДАЧ ПО ОБЕСПЕЧЕНИЮ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ХОЗЯЙСТВЕННОЙ СИСТЕМЫ В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛИЗАЦИИ

Харламова А.А.

Балтийский государственный технический университет «ВОЕНМЕХ», г. Санкт-Петербург

Согласно современному научному видению, хозяйственная система государства периода глобализации рассматривается как эволюционная открытая система, функционирующая в условиях усиления внешних воздействий (экономики, культуры, политической обстановки, природы и т.д.) и реагирующая на них. В основе ее анализа лежит принцип системности, а в основе организации - принцип саморазвития. Оба принципа взаимно дополняют друг друга и образуют единство, отражающееся как единство теорий самоорганизации и системных исследований, в разрезе их методологии и теории.

Всякая система в процессе своего развития подвержена отклонениям от равновесия, что может, как способствовать экономическому развитию, так и создавать экономическую опасность. Равновесие может быть устойчивым (стационарным) или подвижным.

Равновесие системы понимают как сохранение ее сложившейся структуры, характера функционирования, параметров входа и выхода. Признаком стационарного равновесия является возможность системы возвращаться в прежнее состояние при изменении ее параметров под действием возмущений на внешнем или внутреннем уровне. В то же время, система может прекратить развитие, если свойства устойчивости будут преобладающими [1, с. 86].

С точки зрения происходящих изменений, в центре внимания оказываются именно развивающиеся системы. Любая система изменяется благодаря наличию внутренних и внешних источников развития. К внутренним источникам можно отнести присущую системе изменчивость, а также противоречия между подсистемами и элементами. К внешним источникам относят факторы внешней среды, в которой эта система функционирует. На характер изменений влияют:

- масштабы действующей хозяйственной системы;
- используемые факторы производства и их значимость по отношению друг к другу;
- соотношение уровня развития производительных сил и производственных отношений;
- активность элементов системы.

Изменения в хозяйственной системе или отдельных ее блоках происходят непрерывно. Эти изменения различаются по своей глубине (сдвиги в количественных характеристиках определенных параметров системы в рамках прежнего ее качества или переход к иному качественному состоянию), по интенсивности во времени, по характеру (разные темпы и скорость изменений, эволюционный или революционный их тип), по охвату элементов системы (изменения касаются отдельных звеньев или системы в целом, то есть являются общесистемными), по соотношению и роли объективных и субъективных факторов [3, с. 141]. Указанные изменения выводят систему из равновесия, что может оказывать влияние на ее экономическую безопасность в кратко- и среднесрочном периоде, а также на долгосрочную перспективу. В ряде случаев в краткосрочном периоде наблюдается усиление экономической безопасности, а в долгосрочном ее снижение - и наоборот. Исходя из этого, следует рассмотреть экономическую безопасность как процесс и экономическую категорию.

Возрастающий теоретический и практический интерес к процессу обеспечения экономической безопасности хозяйственной системы предполагает уточнение понимания этой категории в условиях глобализации, с точки зрения ее влияния на экономику любой страны, включая Россию. В современных условиях невозможно обеспечение экономической безопасности только собственными силами и только за счет внутренних ресурсов. Исходя из современного понимания экономической безопасности, адекватного периоду глобализации, ее важнейшим условием становится прочная и стабильная система взаимоотношений того или иного государства с мировой хозяйственной системой, что позволяет удовлетворять внутренние потребности за счет использования меньшего количества собственных ресурсов [4, с. 317]. Это обостряет экономическую борьбу, трансформируя ее в рамках сложной иерархической системы на микро-, мезо- и макроуровне при постоянном усложнении регулирующей роли государства.

Особенности мирового экономического развития периода глобализации, связанные с усложнением функций государства, изменяют существующие представления об экономической безопасности. Считаем, что сегодня под экономической безопасностью следует понимать комплексную задачу, связанную с функционированием хозяйственной системы и процессом государственного управления, направленную на нейтрализацию внешних и внутренних угроз и создание условий для повышения уровня безопасности в целях стимулирования экономического роста и конкурентоспособности национальной экономики в мировом хозяйстве. Данное определение имеет сложную структуру, которую можно представить, исходя из трех компонентов:

Первый – способность хозяйственной системы обеспечивать экономический суверенитет страны и ее значимое положение инновационно ориентированной державы в глобальной экономике, а также адаптироваться к изменяющимся внешним условиям, получая конкурентные преимущества от происходящих изменений.

Второй компонент связан с формированием системы, достоверно оценивающей уровень экономической безопасности и определяющей направления его дальнейшего повышения.

Третий компонент определяется возможностью и готовностью институтов хозяйственной системы к эффективному противодействию возможным глобальным угрозам на основе использования прогрессивных,

инновационных методов хозяйствования и управления, а также правового обеспечения, способствующих совершенствованию потенциала национальной хозяйственной системы [5, с. 159-160].

В рамках указанных компонентов могут быть определены направления, отражающие объективный процесс усложнения функций государства.

Экономическая сущность данного процесса заключается в необходимости принципиальных изменений, охватывающих значительную часть внутренней подсистемы национальной социально-экономической системы, включая систему обеспечения экономической безопасности. На практике это означает, что в своих действиях органы государственного управления всех стран, включая Россию, руководствуются международными правилами и нормами, разрабатывая внутренние правила, нормы и инструменты хозяйствования. При этом нередко берется за основу опыт стран-лидеров в отдельных сферах деятельности, с которыми осуществляется тесное экономическое сотрудничество [2, с. 53].

Следует отметить, что зачастую это ведет к усложнению практики обеспечения экономической безопасности. Среди основных причин этого необходимо назвать и такое порождение глобализации и современного прогресса, как информационная экономика. Она определяет особенности отношений и складывающиеся пропорции между отдельными элементами интернациональной системы взаимодействия, что нередко ведет к возникновению новых угроз экономической безопасности. С этим связаны следующие возможные проблемы:

- возникновение новых инструментов конкурентной борьбы и соответствующих им новых видов угроз экономической безопасности;
- создание новых и трансформация действующих институтов регулирования хозяйственной системы, что требует периода адаптации;
- риски, порожденные трансформацией функций финансовых учреждений, регулирующих денежно-кредитную систему, денежную массу и электронные платежи;
- неконтролируемые последствия интегральных мультипликационных эффектов;
- модификация функций спроса и предложения на основе изменения принципов ценообразования;
- необходимость изменений в системе налогового и таможенного регулирования;
- неравномерность развития основных секторов национальной хозяйственной системы.

Анализ возможных проблем свидетельствует о том, что для их решения, с целью предотвращения возникновения новых угроз, необходима эффективная деятельность в информационном пространстве. Это требует применения современных инструментов генерирования, получения, обработки, передачи и использования информации с целью минимизации степени экономической опасности для национальных хозяйствующих субъектов и всего государства.

Список литературы

1. Государство и рынок: новое качество взаимодействия в информационно-сетевой экономике. Том 1. Под редакцией д-ра экон. наук, проф. С.А. Дятлова, д-ра экон. наук, проф. Д.Ю. Миропольского, д-ра экон. наук, проф. В.А. Плотникова. – СПб.: Астерион, 2007. – 396 с.
2. Зайкова И.А. Экономический рост как основа экономического развития // Национальные интересы: приоритеты и безопасность. – 2016. – № 9. – С. 51-60.
3. Попов А.И. Формирование альтернативной модели функционирования хозяйственной системы России как условие экономической безопасности / Глобализация экономики и энергетическая безопасность. – СПб: Изд-во СПбГУЭФ, 2007. – С. 134-147.
4. Харламова А.А. Экономическая безопасность в условиях формирующегося информационного общества // Научный альманах. – 2016. – № 10-1(24). – С. 315-318 (0,4 п.л.).
5. Харламова Т.Л. Государственное управление процессом экономического развития в условиях глобализации // Ученые записки Российского государственного гидрометеорологического университета. – 2011. – № 19. – С. 158-163.

СЕКЦИЯ №18.

ТЕОРИЯ СОВРЕМЕННОГО МЕНЕДЖМЕНТА

СОЦИАЛЬНЫЕ И ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ СИСТЕМЫ ЗДРАВООХРАНЕНИЯ

Даниелян А.А.

Санкт-Петербургский государственный экономический университет, г. Санкт-Петербург

В современной рыночной экономике человек имеет большое значение. Рабочая сила, трудовые ресурсы, человеческие ресурсы, человеческий капитал – некоторые из множества понятий, используемых при характеристике роли человека в экономике. Человеческий капитал представляет собой сформированную в результате инвестиций и накопленную человеком определенную совокупность умений, навыков, способности, мотивации и здоровья, которые целесообразно используются в общественном производстве для удовлетворения потребностей, содействуют росту производительности труда и эффективности производства [5, с. 34]. Расходы на поддержание здоровья расцениваются как инвестиции в человеческий капитал.

По данным Всемирной Организации Здравоохранения здоровье представляет собой объединение полного физического, социального, психологического и духовного благополучия [2]. Из этого следует, что на уровень здоровья населения влияют большое количество факторов: экологические, социальные, генетические, экономические, культурные и многие другие [4, с. 228]. От состояния здоровья населения зависят количественная и качественные характеристики трудовых ресурсов, которые в свою очередь влияют на социально-экономическое развитие общества.

Уровень развития российской медицины, состояние и перспективы системы здравоохранения – от этого зависят здоровье нации и само будущее страны, а также во многом и ее место среди других стран мира.

Вопрос о здравоохранении общества является одним из актуальных вопросов современной России. Это вызвано тем, что повышается число заболевших, а также уровень инвалидизации в Российской Федерации (таблица 1). Для того чтобы проследить связь между изменениями в уровне общественного здоровья и экономикой страны, необходимо определить какие потери несет для себя государство при низком уровне здоровья населения.

Таблица 8 – Ключевые социально-экономические показатели развития российской экономики

Показатель	2014	2015	2016
ВВП, млрд. руб.	77893,1	80412,5	86043,6
Федеральный бюджет, млрд. руб.	14496,9	13659,2	13460,1
Объем расходов, млрд. руб.	14831,6	15620,3	16416,4
Расходы на здравоохранение, млрд. руб. / % от объема расходов	535 / 3,6	516 / 3,3	466 / 2,8
Объем платных услуг населению, млрд. руб.	7298,9	7302,3	7882,2
Платные медицинские услуги, в % к итогу	6,1	6,4	6,6
Платные медицинские услуги, млрд. руб.	445,2	467,3	520,2

Российская Федерация как социальное государство, политика которого направлена на создание условий, обеспечивающих достойную жизнь и развитие человека, своей главной целью ставит достижение высокого уровня качества жизни населения и, как следствие, высокого уровня здоровья населения.

Расходы на здравоохранение рассматриваются в качестве одного из главных показателей социального развития, в связи с тем, что они отражают приоритетность здоровья граждан для государства. Здоровье общества как социально – экономическую категорию можно рассмотреть с разных точек зрения:

1. Общественное здоровье и здоровье каждого гражданина являются стратегической целью государства и народа, а также условием национальной безопасности [8, с. 77].

2. Общественное здоровье рассматривается как наиболее наглядный и убедительный показатель качества жизни общества и социально – экономического состояния населения.

3. Общественное здоровье является экономическим ресурсом общества и необходимым условием воспроизводства высококачественного трудового потенциала.

Экономические потери, которые может понести общество и государство по причине заболеваемости населения, подразделяют на прямые и косвенные.

Прямые потери – это затраты на оказание медицинской помощи (амбулаторное, стационарное, санаторно-курортное лечение, санитарно-эпидемиологическое обслуживание), на выплаты пособий по социальному страхованию при временной утрате трудоспособности и пенсии по инвалидности.

Косвенные потери – это расходы, связанные со снижением производительности труда из-за болезней, ростом объемов недопроизведенной продукции, снижением совокупного национального дохода и т.д.

Для того чтобы полноценно проследить взаимосвязь необходимо провести сравнение статистических данных за 2014-2016 г. Согласно данным Казначейства Российской Федерации [3] и Росстата в 2014 году расходы на здравоохранение составили 535 млрд. руб., что является 3,6% от всего объема расходов на тот период. К примеру, на национальную оборону было потрачено 3 118,4 млрд. руб., то есть 20,4% от всех расходов, и это более чем в 5 раз превышает затраты на здравоохранение [6].

В 2015 году расходы на здравоохранение составили 516 млрд. руб., что является 3,3% от всего объема расходов на тот период и на 3,6% ниже по сравнению с предыдущим годом. На таком же уровне финансирования находится такая статья, как обслуживание государственного и муниципального долга – 518 млрд. руб., которая на 24,8% выше по сравнению с 2014 годом.

В 2016 году расходы на здравоохранение составили 466 млрд. руб., то есть 2,8% от общего объема расходов. Этот показатель на 0,5% меньше, чем в 2015 году и на 0,8% меньше, чем в 2014 году.

В рассматриваемом периоде можно проследить тенденцию снижения производительности труда, несмотря на увеличение численности рабочей силы и продолжительности рабочего времени. Производительность труда отражает результативность труда за единицу времени. На повышение или понижение этого показателя влияют социально-экономические факторы, в которых особую роль играют состав и качество рабочей силы. Принимая во внимание тот факт, что за три рассмотренных года в стране увеличились: общая заболеваемость населения на 1,6 млрд. чел., количество инвалидов на 195 тысяч человек, а также численность безработных на 300 тысяч человек, можно сказать, что именно они оказали влияние на снижение производительности труда (таблица 2).

Таблица 9– Показатели социальной сферы

Показатель	2014	2015	2016
Численность рабочей силы, млн. чел.	75,4	76,6	76,6
Численность занятых, млн. чел.	71,5	72,3	72,4
Численность безработных, млн. чел.	3,9	4,3	4,2
Продолжительность рабочего времени, часы	1721,1	1728,3	1736,8
Индекс производительности труда, в % к предыдущему году	100,7	97,8	76,6
Число заболевших, млн. чел.	14831,6	15620,3	16416,4
Инвалидность, тыс. чел.	12751	12924	12946
Коэффициент смертности населения в трудоспособном возрасте	565,6	536,5	517,6

Аналитиками американского агентства Bloomberg составлен рейтинг на основании данных Всемирной организации здравоохранения, Организации Объединённых Наций и Всемирного банка [1]. Рейтинг базируется на таких статистических данных как: средняя ожидаемая продолжительность жизни при рождении, государственные затраты на здравоохранение в процентном виде от ВВП на душу населения, стоимость медицинских услуг в пересчёте на душу населения. Эти показатели определяют эффективность системы здравоохранения. Исследование охватывает 55 государств с населением более 5 миллионов человек, ВВП свыше 5 тысяч долларов на человека в год и средней продолжительностью жизни свыше 70 лет, по которым имеются официально опубликованные статистические данные по всем показателям. По итогам исследования аналитики выяснили, что Россия в 2014 году находилась на 51 месте, в 2015 году – на 54 месте и в 2016 году – на 55 месте.

Результаты анализа статистических данных позволяют нам сделать вывод, что в исследуемый период при сокращении финансирования здравоохранения ухудшились: здоровье населения страны, уровень инвалидизации, индекс производительности труда, а также эффективность системы здравоохранения. В исследовании не было выявлено четко установленных связей между уровнем здоровья населения и

экономикой страны, однако, оно позволило сделать вывод, что развитие рыночных отношений в здравоохранении придает финансовой обеспеченности отрасли неустойчивый характер, ставящей ее в зависимость от изменений конъюнктуры рынка и возможностей государственного финансирования.

Кризис, начавшийся в 2014 году и продолжающийся до настоящего времени, требует изменения всех сфер жизни общества. Правительство Российской Федерации стремится всячески улучшить качество жизни населения [7, с. 38], а совершенствование здравоохранения становится стратегической целью России, например, на данный момент реализуется национальный проект «Развития здравоохранения».

Для того чтобы улучшить здоровье населения необходимо:

- 1) повысить финансирование здравоохранения;
- 2) усилить санитарно-просветительскую работу среди населения;
- 3) внедрить новые эффективные технологии, позволяющие снизить смертность населения;
- 4) развить массовую культуру физической активности для всех групп населения.

Реализация упомянутых мер позволит значительно повысить качество жизни людей и уровень здоровья населения.

Список литературы

1. Американское агентство финансово-экономической информации Bloomberg [Электронный ресурс]. / URL: <https://www.bloomberg.com/news/articles/2016-09-29/u-s-health-care-system-ranks-as-one-of-the-least-efficient> (дата обращения 7.05.2017).
2. Всемирная организация здравоохранения. Устав (конституция) всемирной организации здравоохранения [Электронный ресурс]. / URL: <http://apps.who.int/gb/bd/PDF/bd47/RU/constitution-ru.pdf> (дата обращения 7.05.2017).
3. Казначейство Российской Федерации. Инфографика федерального и консолидированного бюджета Российской Федерации [Электронный ресурс]. / URL: <http://datamarts.roskazna.ru/infografika> (дата обращения 7.05.2017).
4. Махалин В.В. Взаимосвязь уровня здоровья населения и экономического роста: финансовый аспект // Вестник ГУУ. – 2013. – №1 – С.228-233.
5. Основы теоретической экономики: Учебник для вузов. Под ред. [Миропольского Д.Ю., Максимцева И.А., Тарасевича Л.С.](#) – СПб.: Питер, 2014. – 512 с.
6. Федеральная служба государственной статистики. Социально-экономическое положение России 2016 год [Электронный ресурс]. / URL: http://www.gks.ru/free_doc/doc_2016/social/utoch-osn-12-2016.pdf (дата обращения 7.05.2017).
7. Харламова А.А. Возникновение новых угроз экономической безопасности России // Теория и практика сервиса: экономика, социальная сфера, технологии. – 2017. – № 1. – С. 36-40.
8. Харламова А.А. Экономическая безопасность и качество человеческого капитала // Прорывные экономические реформы в условиях риска и неопределенности: сборник статей Международной научно-практической конференции (10 августа 2016 г., г. Самара). – Уфа: АЭТЕРНА, 2016. – С. 76-80.

СЕКЦИЯ №19.

УПРАВЛЕНИЕ И РАЗВИТИЕ ПЕРСОНАЛА

ЧЕЛОВЕЧЕСКИЙ КАПИТАЛ В ОРГАНИЗАЦИИ

Салихова А.А.

Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования «Казанский (Приволжский) федеральный университет» Институт управления, экономики и финансов, г. Казань

Категория «человеческий капитал» приобретает все больше смысл не только для экономистов - теоретиков, но и для отдельных компаний, корпораций, фирм, работающих в передовых рыночных условиях [1].

Привлечение, использование, стимулирование, развитие персонала требует соответствующих инвестиций работодателя, которые должны обеспечить желаемый экономический результат. В принятии решений о направлениях и величине инвестиций на персонал принимает участие большое количество субъектов управления, действия которых требуют координации.

Человеческий капитал - это не только лишь совокупность навыков, возможностей, знаний, которыми обладает человек, но также:

-это накопленный запас способностей, познаний, навыков;
 -целесообразное использование данного запаса в виде высокопроизводительной деятельности закономерно приводит к подъему доходов работников;

-это такой запас навыков, познаний, возможностей, который целенаправленно применяется человеком в той или же другой сфере общественного воспроизводства и способствует росту производительности труда и производства;

-увеличение доходов стимулирует, заинтересовывает человека путем инвестирования, которые могут касаться, к примеру, здоровья, образования, накопить новый запас способностей, знаний и мотиваций, дабы в дальнейшем его вновь эффективно применить.

Понятие и важность человеческого капитала в современной экономике была раскрыта в статье Костянова М. С. и Пузанова Г. А. «Инвестирование в человеческий капитал».

Человеческий капитал рассматривается как совокупность качеств, которые определяют производительность и могут стать источниками дохода для человека, семьи, предприятия и общества. Такими качествами обычно считают здоровье, природные способности, образование, профессионализм, мобильность [3].

Существуют несколько видов инвестиций и их подвиды, они представлены в Таблице 1.

Виды и подвиды инвестиций

Таблица 1

РАСХОДЫ	ПОДВИДЫ
расходы на здравоохранение	профилактика заболеваний
	медицинское обслуживание
	медицинские исследования
расходы на условия жизни	улучшение жилищных условий (бытовых условий)
	сохранение и поддержание экологических требований к среде обитания
расходы на культуру	досуг
	здоровый образ жизни
расходы на оптимизацию миграции трудовых ресурсов	информация о состоянии экономики в различных сферах и местностях
	перемещение работников на рабочие места с лучшей производительностью труда и ценами (вознаграждение, заработная плата) за труд.
расходы на мотивацию работника	удовлетворение потребностей человека
расходы на образование	общее и специальное (техническое) образование
	формальное и неформальное (самообразование) образование
	подготовка и переподготовка (повышение квалификации) в процессе производства.
расходы на науку	фундаментальные и прикладные научные разработки.

Инвестиции в здравоохранение направлены на обеспечение повышения работоспособности и производительности труда человека. Расходы на профилактику, диагностику и лечения заболеваний служат продлению активного времени жизни человека и снижению физического «износа» человеческого капитала, обеспечивая при этом возможность интенсивности и непрерывности процесса образования.

Инвестиции в капитал культуры для общества носят, прежде всего, социально-культурно-творческий характер, создающие условия для профессиональной подготовки работника (развитие самовыражения, социальной мобильности, накопление культурных и духовных ценностей).

Отдача от инвестиций в миграцию выше среди образованной молодежи. Чем моложе человек, тем шире территориальные и продолжительнее временные горизонты, в пределах которых он может мобилизоваться и получать доходы от данного вида инвестиций.

В эпоху инновационного развития актуально расходы на фундаментальные научные и прикладные исследования относить к инвестициям в человеческий капитал [2].

Динамика доли занятого населения, получавшего соответствующие социальные блага через организации представлена в таблице 2 [4].

Таблица 2

Динамика оказания социальных услуг на предприятиях России (%)

Виды услуг	2012	2013	Изменение
Медицинское обслуживание	50	42	-8
Организация отдыха	63	32	-31
Организация отдыха детей	55	34	-21
Детские сады	52	33	-19
Питание	25	21	-4
Снабжение продовольствием	34	14	-20
Обеспечение жильем	39	10	-29
Снабжение товарами	31	7	-24
Прочее	2	5	+3
Отсутствие социальных льгот	15	21	+6

Данные табл. 2. показывают резкое сокращение доли социальных расходов на персонал в 2013 году. Это связано с:

- отсутствием общественных благ на кризисных предприятиях;
- сокращением их доли в общих расходах на персонал на предприятиях, переболевших и работающих сравнительно размеренно, устоявших в кризисной ситуации, но снизивших объемы производства;
- уменьшением доли социальных услуг в общих расходах на персонал на преуспевающих предприятиях, которые пошли по пути увеличения размеров заработной платы, включив в нее расходы на социальные блага.

Таким образом, человеческий капитал - это наиболее ценный ресурс не только лишь для отдельной компании, но и для общества в целом, значительно более важный, чем природные ресурсы или накопленное богатство. Как раз человеческий капитал, а не заводы, оборудование и производственные запасы считаются сейчас показателем конкурентоспособности, экономического подъема и эффективности.

Несмотря на различные подходы к классификации видов инвестиций в человеческий капитал, эти вложения оправданы, в случае если они обладают высочайшим уровнем окупаемости и рентабельности. Вследствие этого необходима обдуманная и последовательная политика в области развития человеческих ресурсов и сбалансированных инвестиций в человеческий капитал, как со стороны отдельной компании, так и в целом на уровне государства.

Список литературы

1. Аникина Е.А. Анализ методов оценки эффективности инвестиций в человеческий капитал / Е.А. Аникина // Современные концепции развития науки. – 2015. - №1. – С. 101.
2. Жабинина О.А. Инвестиции в человеческий капитал / О.А. Жабинина // Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук. – 2013. - № 5. - С.10-15.
3. Костянов М.С. Инвестирование в человеческий капитал / М.С. Костянов, Г.А. Пузанова, Т.Н. Афанасьева // Журнал Актуальные проблемы авиации и космонавтики. – 2010. - № 6. - С. 188-189.
4. Труд и занятость в России: Стат.сб./РосстатТ78 М., 2015. 274 с.-2015.

**СЕКЦИЯ №20.
ФИНАНСЫ И НАЛОГОВАЯ ПОЛИТИКА**

**СЕКЦИЯ №21.
ЭКОНОМИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ РЕГИОНАЛЬНОГО РАЗВИТИЯ
ИССЛЕДОВАНИЕ УРОВНЯ ЖИЗНИ НАСЕЛЕНИЯ СТРАН
АЗИАТСКО-ТИХООКЕАНСКОГО РЕГИОНА**

Авдеева А.С.

Дальневосточный федеральный университет, г. Владивосток

В настоящее время большое внимание уделяется изучению таких показателей как уровень жизни населения и качество жизни населения. Для начала стоит определить, в чем заключается отличие данных показателей. Уровень жизни населения показывает степень удовлетворения материальных потребностей людей, в свою очередь, качество жизни – нематериальных потребностей. В данной статье мы будем рассматривать уровень жизни населения стран Азиатско-Тихоокеанского региона.



Рисунок 1 – Страны Азиатско-Тихоокеанского региона на карте мира

Из рисунка 1 видно, что территория исследуемого региона, относительно мирового масштаба, достаточно обширна. Определимся с показателем характеризующим уровень жизни населения. Наиболее распространенным интегральным показателем, оценивающим уровень жизни населения, а также показателем, рассчитываемым для межстранового сравнения, является индекс человеческого развития (ИЧР). В экономике индекс человеческого развития используется в качестве основной количественной оценки человеческого потенциала. ИЧР представляет собой всеобъемлющий показатель, характеризующий уровень жизни населения в странах и отдельных анализируемых регионах. Данный индекс состоит из трех показателей, таких как: валовый внутренний продукт (ВВП) на душу населения по паритету покупательной способности (ППС), ожидаемая продолжительность жизни при рождении, достигнутый уровень образования.

Индекс человеческого развития составляется Программой развития Организации Объединённых Наций (ПРООН) и рассчитывается по формуле:

$$(1) \text{ ИЧР} = \frac{I_1 + I_2 + I_3}{3}, \text{ где}$$

I_1 – индекс валового внутреннего продукт (ВВП) на душу населения по паритету покупательной способности (ППС);

I_2 – индекс ожидаемой продолжительности жизни при рождении;

I_3 – индекс достигнутого уровня образования.

В свою очередь, для того, чтобы рассчитать каждый из трех вышеперечисленных индексов, воспользуемся формулами расчета

$$(2) I_1 = \frac{\ln I_{1\text{факт.}} - \ln I_{1\text{min}}}{\ln I_{1\text{max}} - \ln I_{1\text{min}}}, \text{ где } I_{1\text{max}} = 40000; I_{1\text{min}} = 100;$$

$$(3) I_2 = \frac{I_{2\text{факт.}} - I_{2\text{min}}}{I_{2\text{max}} - I_{2\text{min}}}, \text{ где } I_{2\text{max}} = 85; I_{2\text{min}} = 25.$$

$$(4) I3 = \frac{2 \cdot P1 + P2}{3} \text{ где}$$

P1 – индекс грамотности населения,

P2 – индекс числа поступивших в учебное заведение первого, второго и третьего уровней.

$$(5) P1 = \frac{P1_{\text{факт.}} - P1_{\text{min}}}{P1_{\text{max}} - P1_{\text{min}}}, \text{ где } P1_{\text{max}}=100; P1_{\text{min}}=0;$$

$$(6) P2 = \frac{P2_{\text{факт.}} - P2_{\text{min}}}{P2_{\text{max}} - P2_{\text{min}}}, \text{ где } P2_{\text{max}}=100; P2_{\text{min}}=0;$$

Таким образом, индекс человеческого развития является интегральным показателем трех составляющих индексов. Рассчитаем индекс человеческого развития на примере Российской Федерации, являющейся одной из стран анализируемого Азиатско-Тихоокеанского региона.

За основу расчета возьмем формулы (1) – (6), а также статистические данные за 2016 год, представляющиеся Организации Объединенных Наций различными государственными международными источниками.

Таблица 1 – Показатели Российской Федерации за 2016 год

Показатель	Значение
Валовый внутренний продукт (ВВП) на душу населения по паритету покупательной способности (ППС), млрд. долл. США	3 938,00
Ожидаемая продолжительность жизни при рождении, лет	70,3
Уровень грамотности взрослого населения, %	99,7
Охват молодежи образованием, %	79

Рассчитаем составляющие индекса человеческого развития описанные выше:

$$I1 = \frac{\ln 3938 - \ln 100}{\ln 40000 - \ln 100} = \frac{8,279 - 4,605}{10,597 - 4,605} = 0,613;$$

$$I2 = \frac{70,3 - 25}{85 - 25} = 0,755;$$

$$I3 = \frac{2 \cdot 0,997 + 0,79}{3} = 0,928;$$

$$P1 = \frac{99,7 - 0}{100 - 0} = 0,997;$$

$$P2 = \frac{79 - 0}{100 - 0} = 0,79.$$

Рассчитав составляющие показатели индекса человеческого развития, рассчитаем индекс человеческого развития:

$$\text{ИЧР} = \frac{0,613 + 0,755 + 0,928}{3} = 0,765.$$

В зависимости от значения ИЧР страны принято классифицировать по уровню развития: очень высокий, высокий, средний и низкий уровень. В программе развития Организации объединенных наций представлена следующая классификация индекса человеческого развития: очень высокий (0,720-0,898), высокий (0,562-0,720), средний (0,393-0,562) и низкий (0,199-0,393) уровень. Рассчитанный индекс человеческого развития Российской Федерации за 2016 год равен 0,756, из чего можно сделать вывод, что Российская Федерация относится к странам с очень высоким уровнем жизни населения.

Для сопоставления уровня жизни населения в странах Азиатско-Тихоокеанского региона, проанализируем индекс человеческого развития входящих в регион стран (таблица – 2).

Таблица 2 – Значение индекса человеческого развития стран Азиатско-Тихоокеанского региона за 2015 год

Название страны	Значение	Ранг	Название страны	Значение	Ранг
Австралия	0,861	1	Панама	0,614	12
Вануату	0,494	22	Папуа — Новая Гвинея	0,270	29
Восточный Тимор	0,416	27	Перу	0,580	16
Вьетнам	0,562	18	Россия	0,725	7
Гватемала	0,450	24	Тайвань	0,738	6
Гондурас	0,443	25	Республика Корея	0,754	5

Индонезия	0,563	17	Сальвадор	0,529	21
Камбоджа	0,436	26	Соломоновы Острова	0,392	28
Канада	0,839	2	Таиланд	0,586	15
КНР	0,738	6	США	0,796	3
Колумбия	0,548	20	Фиджи	0,624	11
Коста-Рика	0,628	10	Филиппины	0,556	19
Мексика	0,587	14	Чили	0,692	8
Микронезия	0,638	9	Эквадор	0,588	13
Никарагуа	0,479	23	Япония	0,791	4
Новая Зеландия	0,861	1			

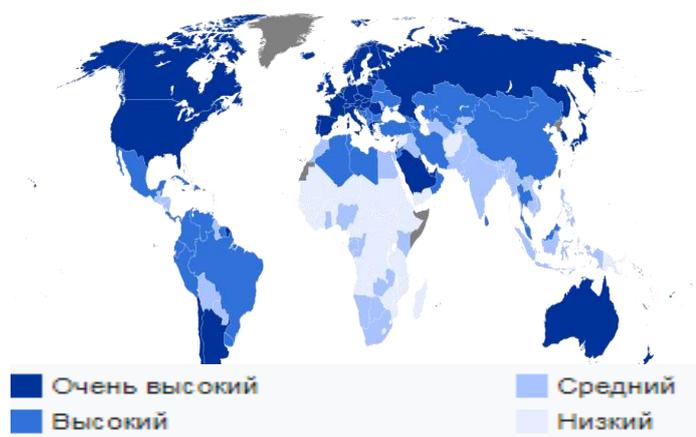
Из таблице 2 видно, что к странам Азиатско – Тихоокеанского региона с очень высоким уровнем человеческого развития относятся Австралия и Новая Зеландия. ИЧР этих стран в 2015 году составил 0,861. Папуа — Новая Гвинея относится к странам с наименьшим уровнем развития. ИЧП данной страны составил 0,270.

Согласно таблице 2 и вышеизложенной классификации стран по уровню человеческого развития разделим страны Азиатско-Тихоокеанского региона на четыре кластера (таблица – 3).

Таблица 3 - Кластеры стран АТР по уровню человеческого развития

Кластер	Название страны	Среднее значение ИЧР
А	Австралия, Канада, КНР, Новая Зеландия, Россия, Тайвань, Республика Корея, США, Япония	0,789
В	Вьетнам, Индонезия, Коста-Рика, Мексика, Микронезия, Панама, Перу, Таиланд, Фиджи, Чили, Эквадор	0,549
С	Гватемала, Гондурас, Камбоджа, Колумбия, Никарагуа, Сальвадор	0,480
Д	Папуа – Новая Гвинея, Соломоновы Острова	0,331

Проанализировав индекс человеческого развития стран Азиатско-Тихоокеанского региона, можно сделать вывод, что из 29 исследуемых стран Азиатско-Тихоокеанского региона, наибольшая часть региона, а именно 21 страна из кластера А и В относятся к странам с очень высоким и высоким индексом человеческого развития, 10 и 11 стран соответственно. В кластер С, характеризующий средний уровень человеческого развития, вошло 6 стран АТР, в кластер Д с низким уровнем человеческого развития – 2 страны.



На рисунке 2 представлена мировая карта ИЧР членов ООН по состоянию на 2016 год. Можно заметить, что остается достаточно стран со средним и низким индексом человеческого развития. Таким образом, исследование уровня жизни населения является одним из приоритетных направлений развития как отдельной страны, так и мира в целом.

Список литературы

1. United Nations Development programme, Human Development Reports// [Электронный ресурс]/URL: <http://hdr.undp.org/en/indicators/138806>;
2. United Nations, Department of Economic and Social Affairs Reports // [Электронный ресурс]/URL: <https://www.un.org/development/desa/en/>;
3. Свободная энциклопедия Википедия//[Электронный ресурс]/URL: <https://ru.wikipedia.org>.

ВЛИЯНИЕ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ РЕГИОНА НА СОСТОЯНИЕ НАЦИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ НА ПРИМЕРЕ ПРИМОРСКОГО КРАЯ

Богданова Д.М.

студентка факультета экономики и права

Безпалов В.В. - научный руководитель: к.э. н., доцент кафедры НиРЭ

Российский экономический университет им. Г. В. Плеханова, РФ, г. Москва

INFLUENCE OF FOREIGN ECONOMIC ACTIVITY OF THE REGION ON THE STATE OF NATIONAL ECONOMIC SAFETY ON THE EXAMPLE OF THE PRIMORYE TERRITORY

Bogdanova D. M.

Student of the Faculty of Economics and Law of the Russian Economic University. GV Plekhanov, Russian Federation, Moscow

Bezpalov V.V. - supervisor: candidate of economic sciences, professor of NiRE Russian Economic University Plekhanov, Russian, Moscow

Аннотация: В данной статье рассматривается внешнеэкономическая деятельность Приморского края и ее влияние на развитие экономики, как в субъекте, так и в Российской Федерации. Выявляются основные направления внешнеторгового оборота и анализируются проблемы, связанные с ведением внешнеэкономической политики. Проведен более детальный анализ внешнеторгового оборота услугами с выявлением проблем данной отрасли и возможными решениями по их преодолению.

Annotation: This article examines foreign economic activity of the primorye territory and its impact on the development of the economy, both in the subject and in the Russian Federation. The main directions of foreign trade turnover are identified and problems related to foreign economic policy are analyzed. A more detailed analysis of foreign trade turnover of services with the identification of problems of this industry and possible solutions for their overcoming

Ключевые слова: экономическая безопасность, внешнеторговая деятельность, внешнеэкономическая деятельность, структура импорта, структура экспорта, Приморье, внешнеторговая политика.

Key words: economic security, foreign trade activities, foreign economic activity, import structure, export structure, Primorye, foreign trade policy.

«Кто владеет мировой торговлей, тот владеет богатствами мира, а следовательно, и самим миром» (Уолтер Рэли)

Одной из главных задач современного развития страны в условиях международного финансово-экономического кризиса, а также применения различного рода санкций, является обеспечение экономической безопасности Российской Федерации, как состояния защищенности экономики страны от внутренних и внешних угроз. Международная торговля является основным видом межгосударственных

отношений, поэтому государственное регулирование внешнеторговой деятельности становится одной из ключевых задач правительства.

В современных условиях мировой глобализации, внешнеэкономическая деятельность определяет роль того или иного государства на международной арене, тем самым напрямую участвует в развитии национальной экономики и влияет на все социально-экономические процессы, происходящие внутри страны. [3]

Россия, благодаря своим значительным территориям и разнообразием природных ресурсов, занимает важное место в мировой экономике, но основную часть структуры экспорта РФ продолжает занимать продукция сырьевого сектора. Развитие реального сектора экономики России во многом зависит от характера и согласованности целей и задач проводимой государственной внешнеторговой политики.[1]Для изменения структуры экспорта и принятия эффективных управленческих решений необходимо рассматривать не столько консолидированный бюджет внешнеэкономической деятельности России в целом, сколько ее региональные аспекты, с целью выявления«слабых» и «сильных» сторон каждого субъекта РФ. Это поспособствует не только взвешенному распределению экспорта по всем территориям Российской Федерации, но и повысит эффективность реализации политики импортозамещения, что поможет России выйти на совершенно новый уровень развития экономики.

Основными критериями оценки внешнеэкономической деятельности Российской Федерации являются показатели динамики внешнеторговой деятельности, представленные Федеральной службой государственной статистики (таб. 1).

Таблица 1 - Внешняя торговля Российской Федерации в млн.долл.США

	2005	2010	2011	2012	2013	2014
Внешнеторговый оборот	363863	638354	833964	863205	864612	805789
Экспорт	240024	392674	515409	527434	523275	497763
Импорт	123839	245680	318555	335771	341337	308026
Сальдо торгового баланса	116185	146995	196854	191663	181939	189737

Источник: сайт федеральной службы государственной статистики. Режим доступа: <http://www.gks.ru/>

На основании показателей необходимо указать, что увеличение торгового баланса на 441926 млн.долл. в 2014 по сравнению с 2005 г. и увеличение сальдо торгового баланса(в 2005 г. – 116185, в 2014 г. – 189737), связано, в первую очередь, с увеличением цен на товары и услуги на мировом рынке, а не повышением эффективности работы отраслей, т.к. процентное отношение импорта и экспорта в структуре внешнеторгового баланса имеет противоположную динамику. (таб.2)

Таблица 2 –Структура внешнеторгового баланса в % соотношении

	2005	2010	2011	2012	2013	2014
Экспорт	65,97	61,51	61,80	61,10	60,52	61,77
Импорт	34,03	38,49	38,20	38,90	39,48	38,23

Источник: сайт федеральной службы государственной статистики. Режим доступа: <http://www.gks.ru/>

Данные баланса подтверждают, что с 2005 г. по 2014 г. импорт Российской Федерации изменился на 4% и составил 38,23% по сравнению с 34,03%, таким образом можно сделать вывод, что, не смотря на положительную динамику, как внешнеторгового баланса, так и сальдо по нему, значение импорта во внешнеторговой структуре постепенно возрастает, что говорит о зависимости России от импорта и необходимости перехода на политику импортозамещения.

Одним из перспективных субъектов РФ, обладающий огромным потенциалом для ведения активной внешнеэкономической деятельности, по мнению автора, является Приморский край.

Приморский край -расположен в южной части Дальнего Востока. Граничит с Хабаровским краем, на западе, а юго-западе - с КНР и КНДР, на востоке и юге омывается японским морем. В Приморском крае выявлено около 100 угольных месторождений. Наиболее крупными каменноугольными бассейнами являются Партизанский и Раздольненский, бурогольным – Угловский, а также ряд крупных месторождений бурых углей, таких, как Бикинское, Павловское, Шкотовское, Раковское и др.. Балансовые запасы углей в Приморском крае по состоянию на 01.01.2015 г. составляют 3,94 млрд. т, или 1,5% от

общероссийских, в том числе разведанные запасы – 2,48 млрд. т, из которых 90,7%, или 2,254 млрд. т, – запасы бурого угля. В последние годы начата переоценка перспектив края на добычу нефти и газа, как в наземной части, так и на шельфе Японского моря. Прогнозные запасы нефти составляют 10150 млн. тонн. Существенным конкурентным преимуществом территории является земельный ресурс. Общая площадь земельного фонда Приморского края на 01.01. 2014 года составляет 16 млн. 467,3 тыс. га, или 1% всей территории Российской Федерации.

Наличие такого ресурсного потенциала позволяет региону активно развивать внешнеэкономическую деятельность (ВЭД), что находит подтверждение в оценке на основании показателей объема валового регионального продукта (ВРП), как в абсолютном исчислении, так и на душу населения (таб.3).

Таблица 3 - Динамика валового регионального продукта Приморского края за 2005-2015 (в текущих основных ценах)

Показатель	2005	2010	2014	2015	Изменения 2005-2015 гг.	Прирост 2005-2015 год, %
ВРП, млн рублей	186623	470679	642423	716650	530027	284,01
Место среди субъектов РФ по производству ВРП	24	22	25	27	3	-
ВРП на душу населения, рублей	92504	240221	331845	371099	278595	301,17
Место среди субъектов РФ по производству ВРП на душу населения	24	25	27	26	3	-

Источник: сайт федеральной службы государственной статистики. Режим доступа: <http://primstat.gks.ru/>

Согласно показателям, в период с 2005 по 2015 г. валовой региональный продукт (ВРП) Приморского края увеличился почти в 4 раза и по итогам 2015 г. составил 716650млн. руб. С 2005 по 2015 г. ВРП на душу населения в регионе вырос на 278595 млн. руб., то есть также в 4 раза.

Проводя анализ внешнеэкономической деятельности субъекта, необходимо отметить имеющиеся внешнеэкономические связи региона (ВЭС), которые являются формой реализации международных отношений между странами и их регионами в различных областях, начиная от обычных торговых отношений и сотрудничества на разных уровнях и заканчивая отношениями в валютно-финансовой сфере. Из различных форм ВЭС, необходимо выделить внешнеторговую оборот товарами и услугами региона.

Таблица 4 - Показатели внешнеторгового оборота Приморского края за 2005–2015 гг. млн. долл. США

Показатель	2005	2010	2014	2015	Абсолютные изменения 2005-2015 гг.
Внешнеторговой оборот,	3257,3	6452,9	11527,7	6339,5	3082,2
в том числе:					
экспорт	1049,2	1411,8	3972,6	2707,9	1658,7
импорт	2208,1	5041,1	7555,2	3631,6	1423,5
Сальдо торгового баланса	-1159	-3629	-3583	-923,7	-
Коэффициент покрытия импорта экспортом, %	47,5	28,3	52,6	74,6	-

Источник: сайт федеральной службы государственной статистики. Режим доступа: <http://primstat.gks.ru/>

В 2015 г. прослеживаются следующие тенденции развития внешнеторговых связей региона (табл.4):

- внешнеторговый оборот края снизился по сравнению с объемами 2014 г. на 5188,2 млн. долл. США, и составил 82% от общего внешнеторгового оборота 2015 г.;
- доля экспорта в общем объеме внешнеторгового оборота увеличилась на 8,26% по сравнению с 2014 г. и составила 42,7%; на 20,84% по сравнению с 2010 г.; на 10,51% по сравнению с 2005 г.;
- отмечается сокращение отрицательного значения показателя по сальдо внешнеторгового оборота. Данный показатель в 2015 году, который составляет -923,7, по сравнению с 2014 г., в котором данное значение составляло -3583, уменьшился более чем в 3,5 раза, что вызвано резким снижением импорта в регионе;
- основные потоки экспорта (более 90%) направлены на зарубежные страны, такая тенденция наблюдается в промежутке с 2005 по 2015 г.

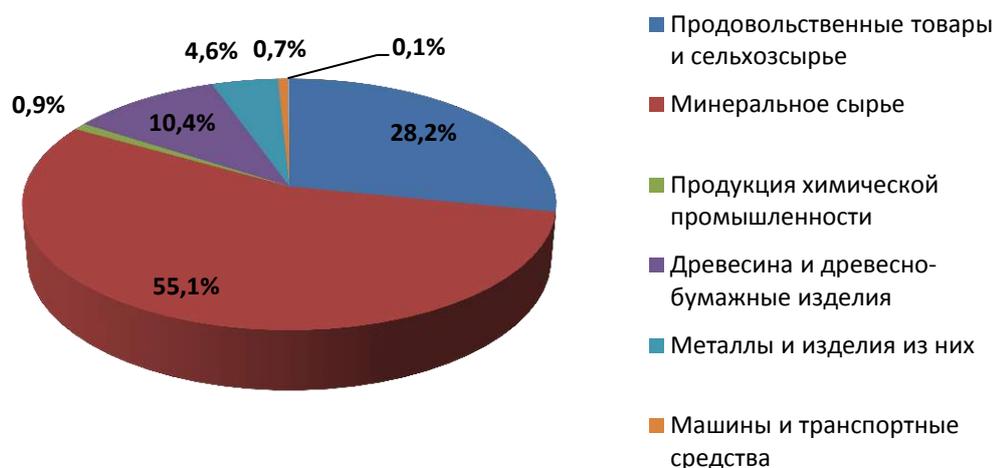


Рис. 1 - Товарная структура экспорта Приморского края в 2015 г.

Источник: сайт федеральной службы государственной статистики. Режим доступа: <http://primstat.gks.ru/>

В товарной структуре экспорта Приморского края в 2015 г. лидирующую позицию занимает минеральное сырье, которое составляет более 50% (1492,1 млн. долл. США) экспорта. Значительную часть экспорта также между собой поделили товары продовольственного и сельскохозяйственного назначения (763,6 млн. долл. США), древесина (281,6 млн. долл. США) и металлы (124,6 млн. долл. США), которые в сумме составляют примерно 43% от общего объема экспорта (рис. 1).

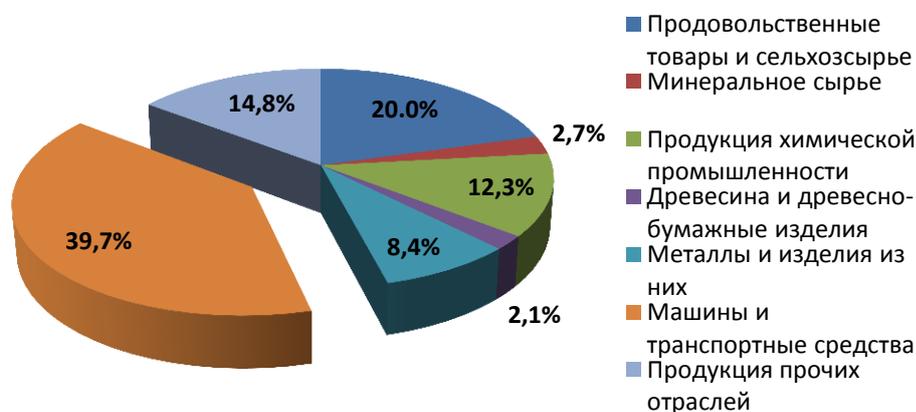


Рис.2. Товарная структура импорта Приморского края в 2015 г

Источник: сайт федеральной службы государственной статистики. Режим доступа: <http://primstat.gks.ru/>

В товарной структуре импорта субъекта в 2015 году доминирующую позицию занимают разнообразия транспортных средств (1441,7 млн. долл. США), различные продовольственные товары и сырье сельскохозяйственного назначения (726,3 млн. долл. США), а также товары других отраслей, таких как обувь, одежда и т.п. (537,5 млн. долл. США), которые в совокупности составляют почти 70% или 2542,1 млн. долл. США от всего импорта региона (рис.2).

Приморье поддерживает отношения с более чем 100 зарубежными странами, что позволяет ему успешно расширять и развивать внешнеторговые отношения. Превалирующими странами-контрагентами являются страны Азиатско-Тихоокеанского региона (около 53% внешнеторгового оборота Приморья приходится на Китай, 19% на Корею и около 15% на Японию).

Стоит отметить, что на протяжении периода с 2005 г. по 2015 г. больше 50% товаров, реализующихся на внутреннем рынке Приморья, производятся зарубежными странами и импортируются в регион.

В современной экономической ситуации одним из самых перспективных направлений внешнеторговой деятельности, которое бы помогло развиваться как регионам, так и государству на внешнеэкономической арене, и при этом не подрывало бы экономическую безопасность страны – является торговля услугами.[5]

Таблица 5 - Показатели внешней торговли услугами Приморского края 2005–2015 гг. В млн долл. США

Показатели	2005	2010	2014	2015	Абсолютные изменения 2005-2015 гг.	Темп прироста 2005-2015 год, %
Экспорт услуг	432,3	558,8	1873,7	1857,0	1424,7	329,6
Импорт услуг	108,9	169,5	275,1	226,0	117,1	107,5
Внешнеторговый оборот по услугам	541,2	728,3	2148,8	2083	1541,8	284,9
Сальдо торговли услугами	323,4	389,3	1598,6	1628	1304,6	403,4

Источник: сайт федеральной службы государственной статистики. Режим доступа: <http://primstat.gks.ru/>

Оборот услуг в регионе с 2005 г. по 2015 г. увеличивается, в большей степени за счет экспортируемых услуг, и в 2015 г. данный показатель составил почти 2 млрд. дол. США, тем самым подтверждая вклад экспорта услуг в общий внешнеторговый оборот, который за тот же период увеличился более чем в 3,5 раза. Данную динамику оборота можно объяснить значительным ростом услуг связанных с различными видами транспортировки товаров (морская и воздушная), которая превалирует как в экспортной структуре (более 98%), так и в структуре импорта (79%) Приморья (табл.5).

Таблица 6 - Показатели внешней торговли услугами Приморского края по видам за период 2005–2015 гг.

Вид услуг	Экспорт				Импорт			
	2005	2010	2014	2015	2005	2010	2014	2015
По видам услуг								
всего:	432,3	558,8	1873,7	1857,0	108,9	169,5	275,1	226,0
в том числе:								
транспортные	409,5	533,2	1852,8	1840,0	78,4	126,6	242,4	204,7
в том числе по видам:								
морской	377,6	495,0	1837,2	1829,8	63,9	82,5	224,5	187,1
воздушный	31,1	33,9	10,3	4,5	14,5	44,1	17,0	16,7
прочие	0,8	4,3	5,3	6,5	0,0	-	0,9	0,9
почты и связи	4,6	0,6	0,4	0,4	1,8	5,1	7,2	4,4
коммерческие	0,3	1,1	-	-	0,0	0,0	-	-

ремонт машин и оборудования	2,9	0,2	-	-	16,0	5,3	-	-
гостиниц и ресторанов	6,9	7,2	10,2	8,3	0,0	0,0	13,4	9,9
турагентств	1,6	0,7	4,6	4,9	0,6	30,5	3,1	5,6
аудит, маркетинг	3,0	8,0	3,7	2,3	2,2	0,4	0,3	0,8
прочие	3,5	7,8	2,0	0,3	9,9	1,6	8,7	0,6

Источник: сайт федеральной службы государственной статистики. Режим доступа: <http://primstat.gks.ru/>

Структуру внешней торговли услугами Приморья составляют разнообразные их классификационные виды (табл.6). Лидирующие позиции занимают транспортные услуги. В структуре экспорта на услуги транспорта приходится 1840 млн. долл. за 2015 г. (по сравнению с данным показателем за 2005 г. – 409,5 млн. дол., наблюдается увеличение почти в 4,5 раза). По этому же показателю только в структуре импорта, который в 2015 г. составил 204,7 млн.долл., а в 2005 г. – 78,4 млн.долл., прослеживается увеличение в 3 раза.

Последние места в структуре экспорта услугами занимают услуги, связанные с гостиничным, туристическим и ресторанным бизнесом, что в целом является противоречием и российским, и мировым основным тенденциям развития в области международной торговли услугами, согласно которым превалирующую позицию над транспортными услугами должны занимать туристические и связанные с ними отрасли. Однако в структуре импорта второе место занимают услуги турагентств, что свидетельствует о развитии выездного международного туризма (пассивного), который может являться фактором вывоза валюты, как из самого региона, так и из страны в целом.

Таким образом можно сказать, что в период с 2005 г. по 2015 г. регион вел активную внешнеторговую политику и экспорт различных видов услуг для зарубежных стран (за 2015 г.) составил 1857,0 млн. долл. США, при сравнении данного показателя с 2005 г., можно проследить, что экспорт вырос на 329,6%. Однако нельзя не упомянуть и негативные тенденции, такие как увеличение показателя импортируемых услуг в регион (в промежутке 2005-2015 г. объем импортных услуг увеличился в 2 раза).

Не смотря на наличии позитивной динамики ряда показателей ВЭД и в частности внешнеторговой деятельности, регион имеет и ряд существенных проблем, таких как преобладание в структуре импорта продовольственных товаров (за 2015 г. их было импортировано на 733,4 млн. долл.), преобладание в структуре экспорта продажи сырьевых ресурсов, постепенное увеличение импортируемых услуг (в 2015 г. показатель составил 1456,2 млн. долл.), но основной проблемой, по мнению автора, является снижение количества и качества предоставляемых транспортных услуг, особенно заметно проявившихся в 2013-2015 годах.

Это может быть связано с отсутствием должных передовых технологий и технических средств, (несмотря на то, что было закуплено и введено в эксплуатацию новых транспортных средств на сумму в 28366 млн. руб., а в общем по данному направлению из федерального и регионального бюджета потрачено 58034 млн. руб.). Однако в 2015 г., число используемых передовых производственных технологий в производстве автомобилей, летательных аппаратов и судов имеет отрицательную тенденцию в промежутке с 2013 г. по 2015г. и составляет 225 ед., что непременно приводит к зависимости от импортных разработок (за 2015 г. показатель импорта технологий и услуг технического характера составил 952,7 тыс. долл. и вырос в 1,87 раз по сравнению с аналогичным показателем в 2014 г.).

Для решения проблемы повышения эффективности количественных и качественных характеристик оказываемых транспортных услуг, региональными властями была сформирована и принята к реализации программа "Развитие транспортного комплекса Приморского края" на 2013 - 2017 годы. В соответствии с данной программой власти приняли решение по увеличению доли транспортных средств предприятий всех форм собственности, осуществляющих перевозку специальных, опасных, крупногабаритных и тяжеловесных грузов на территории Приморского края (на 70%), а так же повышение доли транспортных средств предприятий, оказывающих услуги в сфере жилищно-коммунального хозяйства на территории (до 36%). В целях реализации задач в программе было предложено внедрения и использования технологий ГЛОНАСС и других результатов космической деятельности, направленных на обеспечение условий повышения эффективности получения объективных данных мониторинга для устойчивого, непрерывного и оперативного управления и интенсивного развития ключевых отраслей экономики Приморского края. Для

сопровождения проектов из федерального бюджета выделено – 67,86 млн. руб., из регионального – 100 млн. руб.. К основным плановым показателям, заложенным в программе, являются показатели увеличения количества пассажиров, перевезенных в пригородном железнодорожном сообщении на 6,5 млн. чел., а так же снижение доли протяженности автомобильных дорог общего пользования регионального значения, не отвечающих нормативным требованиям на 5%.

Но этих мер недостаточно, так как для эффективного использования всего транспортного потенциала региона необходимо создание и внедрение новых технологий, которые бы смогли вывести транспортную инфраструктуру субъекта на совершенно новый уровень. Например, для повышения технологического потенциала региона и снижения зависимости от импортных разработок, возможно рассмотрение вопроса о создании специализированного технопарка, специализирующегося на инновациях в сфере автомобилестроения и транспортной инфраструктуры, которые, в перспективе, должны быть направлены именно на развитие транспортной инфраструктуры Приморского края (разработки новых и усовершенствование старых видов транспортных средств, для увеличения доли предоставляемых транспортных услуг, разработка новых технологий в дорожном строительстве, для повышения эффективности использования дорожной сети). Подобных специализированных промышленных территорий, которые бы занимались разработками в области автомобилестроения и повышением качества путей сообщения в Приморье, еще не существует. Создание технопарка должно иметь научное сопровождение и возможно такой базой может выступать Дальневосточный Федеральный Университет (на базе близких к машиностроению кафедр, таких как: кафедра Транспортных машин и транспортно-технологических процессов, кафедра Материаловедения и технологии материалов), что поможет снизить разобщенность между научными институтами системы ДВО РАН и вузовской наукой. Статус технопарка должен быть присвоен Комиссией по формированию технопарков на территории Приморского края, которая так же будет проводить последующую координацию и контроль деятельности имущественного комплекса.

Таким образом, при вовлечении имеющегося научного потенциала региона, мотивируя его на достижение результата, а так же более детального распределения бюджета субъекта по отраслям, посредством ранжирования целей по их приоритетности, позволит краю выйти на новый экономический уровень как на внутреннем экономическом пространстве, так и на внешнеэкономической арене. Именно Приморье имеет все предпосылки, чтобы стать передовым субъектом России по обеспечению внешнеэкономической и региональной безопасности, и проведении эффективной политики импортозамещения.

Список литературы

- 1.Безпалов В.В., ПетросянА.Д. Развитие методологий управления внешнеторговой деятельностью в региональных промышленных комплексах в условиях либерализации внешнеэкономических отношений// Монография. – 2010.
- 2.Волошин Н.Н. Современное состояние экономики и внешнеэкономической деятельности регионов России и проблемы их развития // Внешнеэкономический бюллетень. – 2011
- 3.Волынчук А.Б. Дальний Восток России: вызовы трансграничного взаимодействия // Гуманитарные исследования в Восточной Сибири и на Дальнем Востоке. – 2010.
- 4.Внешнеэкономическая деятельность приморского края: формы и тенденции развития [Электронный ресурс] // Научная электронная библиотека «Киберленинка». Электронные данные. [Б.м.]. URL: <https://m.cyberleninka.ru/article/n/vneshneekonomicheskaya-deyatelnost-primorskogo-kraaya-formy-i-tendentsii-razvitiya>
- 5.Осипов В.А. Конкурентоспособность экономических систем// Монография; - 2011.
- 6.Официальный сайт администрации Приморского края [Электронный ресурс] URL: [http:// primorsky.ru/authorities/executive-agencies/departments/ department-gosprogramm/](http://primorsky.ru/authorities/executive-agencies/departments/department-gosprogramm/)
- 7.Постановление Администрации Приморского края от 7 декабря 2012 г. N 382-па «Об утверждении государственной программы приморского края "Экономическое развитие и инновационная экономика приморского края" на 2013 - 2017 годы
- 8.Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Приморскому краю [Электронныйресурс]URL: <http://primstat.gks.ru/>
- 9.Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс]URL: <http://www.gks.ru/>

ПРОБЛЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ МУНИЦИПАЛЬНЫМИ ОБРАЗОВАНИЯМИ И ПУТИ ИХ РЕШЕНИЯ

Сучкова О.П.

Магистрант, ФГБОУ ВО СамГУПС, г. Самара, Российская Федерация

Местное самоуправление является основой конституционного строя государства. Многоуровневая стратегия территориального развития, включает принципы как управления сверху, так и внутреннего саморегулирования. Города же стали субъектами самостоятельного принятия экономических решений и проведения определенной социально-экономической политики на своих территориях.

В ходе различных преобразований, направленных на формирование благоприятной экономической и социальной среды, важное место занимает именно инвестиционная политика. Муниципальные образования стали фокусами территориального социально-экономического развития, локализирующие соответствующие финансово-инвестиционные ресурсы [7, стр 150].

Согласно Федеральному закону от октября 2003 г. № 131-ФЗ «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации» муниципальное образование — это «...городское или сельское поселение, муниципальный район, городской округ либо внутригородская территория города федерального значения».

Вместе с тем сам муниципалитет чаще всего ограничен в собственных финансах необходимых для выполнения поставленных планов развития. Это наглядно видно по существующей системе межбюджетных отношений, которая ограничивает автономность муниципалитета. Доходы местных бюджетов зависимы от регионов. Собственные же утвержденные на долгосрочной основе доходы являются недостаточными. В основном источником доходов является финансовая помощь вышестоящего уровня бюджетной системы:

- А) субсидии – для финансирования приоритетных расходов,
- Б) субвенции – для обеспечения расходов по переданным полномочиям. [9, с. 407-408].

Для выполнения отдельных целевых программ также необходимы денежные средства, которые возможно получить за счет создания необходимых условий для инвестирования. Именно инвестиции будут обеспечивающей составляющей стратегического развития муниципального образования.

Поэтому инвестиционная политика муниципального образования (МО) рассматривается нами как концепция эффективного управления регионом. Ее основами являются стратегическая идея организации инвестиционной деятельности, а также комплекс тактических мероприятий по регулированию экономических отношений всех уровней [4, стр. 27-28]. Главное чтобы данная концепция обеспечивала не только стабильную и эффективную работу системы в целом, но в конкретных экономических условиях. Так 2005-2009 г показывает, что состав мероприятий, проводимый Правительством РФ зачастую имеет масштабный характер, нежели частный. Что на практике приводит к необходимости дополнительной адаптации на уровне МО создаваемых программ.

Говоря об инвестиционной политике, стоит отметить, что ее характер в условиях внешней изменчивости должен быть стратегическим, но ни как не реактивным. Управление инвестиционной деятельностью представляет собой процесс создания и исполнения стратегических решений. Центральным звеном, которого будет стратегический выбор способа реализации инвестиционной миссии муниципальных органов власти и достижения его инвестиционных целей. Все это должно быть основано на сопоставлении инвестиционно-ресурсных возможностей социально-экономической системы с угрозами внешней среды [6, стр 93].

При разработке концепции инвестиционной политики должны быть учтены основные положения:

- 1) федеральных, областных и муниципальных целевых программ;
- 2) приоритетных национальных проектов;
- 3) социально-экономическое положение муниципального образования, его ресурсные возможности, а также существующий ряд проблем на территории муниципального образования.

Главной целью любого управления является обеспечение устойчивого развития муниципального образования в условиях кризисных явлений и обеспечения реализации стратегических направлений развития. В процессе создания благоприятного инвестиционного климата органы местного самоуправления города в зависимости от характера поставленных задач могут выполнять различные функции —

организатора, менеджера (операционное управление проектом), инвестора, владеющего акциями проекта, либо другого участника инвестиционного рынка. При этом содействие развитию предпринимательства со стороны органов местного самоуправления должно проводиться в тесном взаимодействии с общественными объединениями предпринимателей, финансовыми институтами и другими рыночными структурами [5, стр. 134].

Результаты оценки экономического развития позволяют классифицировать муниципальные образования по трем группам:

- 1) с высоким уровнем социально-экономического развития,
- 2) удовлетворительным уровнем,
- 3) с неудовлетворительным уровнем.

Данная классификация даёт возможность дифференцированно подходить к управлению муниципальными образованиями. Развитие же может происходить по разным сценариям. В качестве базовых сценариев выступают следующие:

1) сценарий сдержанного развития, основанный на гипотезе о том, что инвестиционный рост последних лет представлял собой проявление компенсационного роста и вскоре произойдет его замедление;

2) сценарий индустриального развития, предполагающий, что в результате усилий со стороны аппарата управления и населения, инвестиционная привлекательность муниципальных образований возрастет. Будет открыто значительное число малых и средних предприятий, муниципальные образования привлекут инвесторов;

3) сценарий субурбанизированного развития, предполагающий усиление пригородных функций сельских муниципальных образований, более тесную интеграцию города и сельского поселения;

4) сценарий многопланового развития, основанный на оптимистичном видении будущего и предполагающий бурный приток инвестиций и одновременно субурбанизацию, связанную с инновационным типом экономического развития [3, стр 349 , 346].

Говоря об инвестициях и управлении муниципальным образованием, как вариант реализации, можно рассматривать государственно частное партнерство. Трактую его в широком смысле как долгосрочное, ограниченное конкретными временными рамками симбиоз государства и бизнеса, который реализуется в социально и экономически значимых проектах на принципе прозрачности отношений всех участников. Отличие партнерства от других форм взаимодействия экономических субъектов (регулирования, управления, сотрудничества) предполагает наличие основных характеристик, выделяемых в качестве атрибутивных (базовых) признаков государственно-частного партнерства:

- 1) стороны отношений — государство и бизнес;
- 2) наличие общих или параллельных, неэксклюзивных интересов участников партнерства;
- 3) контрактная основа отношений;
- 4) институциональное равенство участников партнерства, обеспечивающее максимальные возможности для реализации интересов каждого участника взаимодействия;
- 5) долгосрочный характер;
- 6) объединение финансовых и/или иных ресурсов публичного и частного партнера;
- 7) взаимное делегирование полномочий, рисков и ответственности;
- 8) передача части функций, относящихся к компетенции органов власти, частной стороне [1, стр 312].

Соглашение о ГЧП или концессионное соглашение подразумевает под собой предоставление публичным партнером частному государственному имуществу, результатов интеллектуальной деятельности, финансовых средств для целей создания, реконструкции и/или ведения деятельности на объекте соглашения. Специальный инвестиционный контракт и соглашение о ГЧП (или любой другой контрактной формы ГЧП) имеют разные цели: у первого — создание для субъекта производственной деятельности благоприятных условий для инвестиционной деятельности, у второго — создание, реконструкция объектов инфраструктуры или осуществление деятельности в сфере ответственности государства. Поэтому, специальный инвестиционный контракт только в широком понимании может считаться формой государственно-частного партнерства. В рамках же этих проектов участники не несут перекрестных рисков, не делегируют обязанности и полномочия друг другу, отвечают каждый за свой объект. Таким образом, эти проекты скорее могут быть названы комплексными инвестиционными проектами (или проектами развития территорий), чем ГЧП-проектами. Между тем, важно, что формирование комплексных инвестиционных проектов позволяет связывать между собой производственные, транспортные, энергетические, социальные

проекты, что создает почву для возникновения синергетического эффекта, оказывающего гораздо более сильное стимулирование экономического роста территории, чем реализация дискретных инвестиционных проектов [2, стр. 155].

Ряд муниципальных образований, представляя собой сравнительно молодые административно-территориальные единицы, обладают достаточным потенциалом для того чтобы стать примером современных технологий управления муниципальным образованием, тем самым дав толчок для модернизации других городов. Применение ГЧП позволит не только снизить нагрузку с муниципалитета, скажем от хозяйственного содержания государственного имущества, но и обеспечить доход в долгосрочном периоде, что позволит вести автономное управление и имея больше финансовых возможностей для реализации планов регионального значения. Очень важно обратить внимание к скрытому потенциалу небольших территориальных единиц, так как именно в них кроется основа улучшения существующей системы как муниципального, так и государственного управления. Активизация инвестиционной деятельности в муниципальном образовании однозначно улучшит экономическое состояние региона, что, в свою очередь, позволит достичь устойчивого социально-экономического развития, который приведет к повышению уровня жизни населения.

Список литературы

1. Варнавский В.Г. Государственно-частное партнерство. / в 2 т. / В.Г. Варнавский. — М., ИМЭМО РАН, 2009. .
2. Государство и бизнес: институциональные аспекты. – М.: ИМЭМО РАН, 2006..
3. Эклунд К. Эффективная экономика – шведская модель. – М. : Экономика, 1991.
4. Макаров В.Л. Конкуренция между муниципалитетами – дополнительный фактор экономического роста // Проблемы теории и практики управления. – 2003. - №4.
5. Ветров Г. Ю. Индикаторы социально-экономического развития муниципальных образований. 2-е изд., доп. / Г. Ю. Ветров, Д. В. Визгалов, А. А. Шанин, Н. И. Шевиров. — М.: Фонд «Институт экономики города», 2008.
6. Подшиваленко Г. П. Инвестиционная деятельность: Учебное пособие. 2-е изд., стер. / Н. В. Киселева, Т. В. Боровикова, Г. В. Захарова и др.; под ред. Г. П. Подшиваленко и Н. В. Киселевой. - М.: КНОРУС, 2009.
7. Воронин А. Г. Муниципальное хозяйство и управление: проблемы теории и практики. 2-е изд., перераб. и доп. — М.: Финансы и статистика, 2009.
8. Федеральный закон от 6 октября 2003 г. № 131-ФЗ «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации».
9. Местное самоуправление в России: состояние, проблемы, пути совершенствования. Итоговый доклад. М.: Экон-Информ, 2009.

© О.П. Сучкова, 2017

СЕКЦИЯ №22.

ЭКОНОМИКА ТРУДА И УПРАВЛЕНИЕ ПЕРСОНАЛОМ

ОСОБЕННОСТИ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ В ОРГАНИЗАЦИЯХ СФЕРЫ УСЛУГ

Москвичёв М.С.

Российский Университет Дружбы Народов, г. Москва

Аннотация: в статье рассматриваются особенности управления персоналом в организациях сферы услуг, выделена специфика организаций сферы услуг и требования к системе управления персоналом

Ключевые слова: сфера услуг, персонал, рынок услуг, организация.

Сфера услуг - совокупность отраслей, подотраслей и видов деятельности, функциональное назначение которых в системе общественного производства выражается в производстве и реализации услуг и духовных благ для населения». Доля сферы услуг в совокупном ВВП к настоящему времени составляет

около 70% от его общего объема и значительно превышает долю сферы производства товаров. В сфере услуг занято более половины работоспособного населения мира (см. Рисунок 1).



Рис. 1 - Отраслевая структура занятости населения мира

В современном российском обществе в условиях развития рыночной системы хозяйствования все большее внимания сконцентрировано на эффективном использовании ограниченных экономических ресурсов. Рыночная система диктует свои правила игры для ее участников и предъявляет высокие требования к человеку, как основному ресурсу любого вида экономической деятельности.

Нельзя не согласиться с мнением теоретика современного менеджмента Питера Друкера: «У фирмы есть всего два вида основных ресурсов: ресурсы знаний, т.е. обученные работники, и деньги. Эти ресурсы обладают - или должны обладать - огромнейшим влиянием. Что в действительности отличает сильную фирму от слабой, так это прежде всего квалификация ее персонала, его знания, мотивация и направленность».

Инновационные процессы постиндустриального общества в экономической сфере ведут к тому, что возрастает роль сферы услуг, увеличивается число занятых в этой сфере и спектр предлагаемых услуг. Руководитель и работник данного сектора экономики должны уметь приспосабливаться к частому изменению структуры и конъюнктуры рынка, функциональных обязанностей, постоянным квалификационным испытаниям, жесткой конкурентной борьбе за «место под солнцем».

Особенность такого рода деятельности предполагает управление людьми, т.к. объектом воздействия в сфере услуг является главным образом человек с его индивидуальными психологическими и интеллектуальными потребностями.

Успешное функционирование организации зависит, прежде всего, от умения разработать правильную кадровую стратегию, организовать подбор персонала, продумать систему стимулирования и мотивации сотрудников, эффективно предотвращать и разрешать конфликтные ситуации. Поэтому грамотные и продуманные подходы к управлению персоналом являются главными особенностями менеджмента в сфере услуг, определяющими направление деятельности и результаты работы организации независимо от оказываемых услуг. Именно поэтому управление персоналом в сфере услуг должно осуществляться по следующим направлениям:

1. Управление качеством услуг.

Основными показателями качества услуг являются:

- а) Профессиональные услуги, которые включают уровень и качество профессиональной подготовки и квалификации, знание и соблюдение деловой и профессиональной этики, способность к руководству;
- б) Эстетические показатели. К ним относится внешний вид обслуживающего персонала, вежливость, тактичность по отношению к клиентам, грамотная и четкая речь, компетентность и умение использовать информацию. Персонал должен вызывать доверие у клиента и психологический комфорт (хмурый взгляд или неразборчивая дикция отпугнет потенциального клиента);

1. Управление производительностью в сфере услуг.

Управление производительностью в сфере услуг предполагает использование методов для повышения объема и результативности деятельности. Каждый сотрудник должен стараться как можно больше

заинтересовать своего клиента, тем самым повышая свою производительность и принося компании прибыль. Но в тоже время и руководство должно стараться следить за производительностью сотрудников на рабочем месте, и, когда дела обстоят не лучшим образом, вмешиваться различными способами;

2. Мотивация сотрудников.

Материальная мотивация должна включать не столько процент за количество клиентов, сколько за качество обслуживания. Сотрудник не должен ставить посетителей «на конвейер». Это не производство. Быстрота решения вопросов клиента – это конечно хорошо, но она не должна влиять на индивидуальный подход к каждому конкретному случаю.

Сегодня многие компании ведут свою деятельность под большим давлением конкурентов. Из года в год рынок становится все более насыщен множеством компаний из разного рода сфер. И каждая из них желает занимать наиболее существенное положение на этом рынке. В данной среде нелегко оставаться "на ногах", поэтому компаниям приходится обращать свое внимание не только на вопросы, затрагивающие денежные потоки, но социально-культурным вопросам, вопросам технической оснащенности, которые вносят существенный вклад в процесс функционирования организации. Сотрудники сферы услуг должны не просто пытаться продать товар, но так же должны уметь подбирать правильный подход к клиенту. И только рассмотрев все вышеперечисленные аспекты, компания имеет достаточно высокие шансы стать лидером в той или иной сфере.

Стоит отметить, что постепенное развитие новых технологий, освоение новых рынков, повышение потребности в знаниях в различных областях, появление новых объектов для изучения, всё это будет приводить к появлению новых профессий в каждой из сфер. Исходя из этого, спрос на качественный персонал различного рода специализаций так же будет продолжать расти. Оптимизация различных процессов, появление инновационных технологий и разработок в производстве автоматически поспособствует еще более повышенному спросу на новых специалистов.

Рынок сферы услуг России находится на этапе формирования. Для дальнейшего эффективного развития нужно в первую очередь повышать конкурентоспособность. Если говорить о перспективе развития сферы услуг, то рост сохранится, что в итоге приведёт к полному её становлению и наиболее эффективному использованию экономических ресурсов. Огромное значение имеет совершенствование финансовых, транспортных, телекоммуникационных услуг, которые представляют основу инфраструктуры всей экономики. Различные сектора услуг представляют собой так называемый фактор социальной стабильности, тем самым создавая рабочие места в стране. Еще одним важным фактором, оказывающим колоссальное влияние на развитие сферы услуг в России, является характеристика трудовых ресурсов.

Исключительная особенность человеческих ресурсов в сфере услуг состоит в том, что персоналу, напрямую контактирующему с потребителем, необходимо работать над выполнением как операционных, так и маркетинговых целей. Во-первых, он обязан помогать производить предоставляемый продукт, во-вторых, очень часто приходится заниматься его сбытом. Таким образом, работник компании в сфере услуг выполняет сразу несколько функций: он является специалистом в выполнении какой-либо операции, продавцом и частью этого самого продукта.

Таким образом, из вышесказанного можно сделать вывод, что в настоящее время компаниям, работающим в сфере обслуживания, требуется такой персонал, который способствовал бы выполнению различных функций одновременно, который оказывал содействие в обеспечении выполнения любого заказа, любых ожиданий клиентов. То есть, компаниям не столько нужно пытаться расширять свои технические возможности, а пытаться увеличить заинтересованность своего персонала в борьбе за потребителя через профессиональные качества и компетенции.

Список литературы

1. Аванесова Г. А. Сервисная деятельность: история и современная практика, предпринимательство, менеджмент: Учеб. пособие. – М.: Аспект Пресс, 2011. – 318 с.
2. Зяблицев А. А. Влияние приверженности персонала на уровень производительности в сфере услуг // Вестник Красноярского государственного аграрного университета. – 2009. - № 3. – С. 22-27.
3. Келарева Е. В. Лояльность персонала как фактор конкурентоспособности предприятий сферы услуг // Школа университетской науки: парадигма развития. – 2010. - № 1-2. – С. 342-347.

4. Недорезова Е.С., Новаева А.С. Развитие сферы услуг в России // Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук. 2015. № 11. 156 – 158 с.
5. Ключева Е.С., Николенко П.Г. Теоретические аспекты управления персоналом в сфере сервиса // Азимут научных исследований: экономика и управление. 2015, № 1(10), с. 70-73. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://elibrary.ru/download/28160073.pdf>
6. Научная электронная библиотека eLibrary. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://elibrary.ru/>

ВЛИЯНИЕ ВОЗРАСТА РАБОТНИКОВ НА ОТНОШЕНИЕ К НИМ НА РЫНКЕ ТРУДА СТОЛИЦЫ УРАЛА

Раменский С.Е., Раменская Г.П.* , Раменская В.С.**

* Российский государственный профессионально-педагогический университет, г. Екатеринбург; **
Уральская государственная юридическая академия, г. Екатеринбург

Рынок трудовых ресурсов Свердловской области имеет местный характер [5]. Это означает, что люди обычно получают общее и специальное образование, даже работу по месту проживания. Их свободное перемещение ограничено сравнительно высокой стоимостью частых поездок на работу в другой город, отсутствием традиции и малым количеством съемных квартир, необходимостью регистрации места жительства, определяющей доступность медицинских, образовательных услуг, иногда возможность трудоустройства.

Рынок труда Среднего Урала пространственно неоднороден. Г.В. Жога, Д.Е. Толмачев, И.С. Алейникова, другие сотрудники Центра региональных экономических исследований Высшей школы экономики и менеджмента Уральского федерального университета и Аналитического центра «Эксперт-Урал» в **марте 2012** года представили результаты исследования, проведенного по заказу Министерства экономики Свердловской области [1]. Создание нового крупного производства, достижение стабильного уровня его функционирования требует значительных затрат времени и, конечно, средств. Это определяет устойчивость производственных отношений на конкретной городской территории, что было подтверждено авторами данной статьи в **2017 году** для Екатеринбурга и Красноуральска.

Согласно полученным в [1] результатам, на территории Среднего Урала существуют «центры притяжения (притока) трудовых ресурсов». В качестве примера такого центра был назван Екатеринбург. В таких городах отмечен высокий процент использования трудовых ресурсов, в том числе пенсионеров. Развитие производства, естественное старение сотрудников приводят к увеличению потребности в новых работниках, росту численности населения, что противоречит обычно наблюдаемой тенденции уменьшения количества жителей района. Возникает необходимость привлечения в такие центры «экономически активных граждан» с других территорий области [1, с. 35]. Такие города имеют развитую социальную инфраструктуру. Согласно среднесрочным и долгосрочным прогнозам отмеченная пространственная динамика будет только усиливаться [1, с. 9, 12].

В Екатеринбурге проживает большое количество предпринимателей, деятельность которых определяет основные направления развития экономики Среднего Урала. Авторы [1] получили важный и интересный вывод о том, что в этом городе существует, наверное, единственный в области «рынок труда как эффективный механизм перераспределения ресурсов в соответствии с возникающими потребностями. И с этой точки зрения, локальный трудовой рынок Екатеринбурга **вполне способен к саморегуляции**, а сам город представляет собой **основной центр притяжения трудовых ресурсов** в Свердловской области, и Уральского региона в целом» (выделено нами) [1, с. 6].

Отношения между пожилыми работниками и остальными сотрудниками предприятия, в заключительный период существования Советской власти, тем более во время перестройки, можно назвать напряженными, редко соответствовавшими схеме «ученик – учитель», еще реже - партнерскими. В последние годы состояние российской макроэкономики ухудшилось. Экономисты часто говорят о ее стагнации, о чертах кризисных явлений. В условиях роста безработицы закономерно происходит обострение отношений между сотрудниками пенсионного возраста и более молодыми работниками. Заметим, что, для простоты изложения, используется термин «пенсионеры», с включением в эту

категорию сравнительно небольшого количества людей пенсионного возраста, по каким-то причинам не получающих пенсию.

Согласно данным Федеральной службы государственной статистики, в марте 2017 года по абсолютному количеству безработных Свердловская область заняла третье место среди регионов страны (после Краснодарского края и Дагестана). На Среднем Урале 16,7% человек, оставшихся без работы, имели высшее образование. На одну вакансию в Екатеринбурге приходилось 5,7 кандидатов. Постоянно требовались сотрудники на небольшую заработную плату за работу, предполагающую значительные трудовые затраты и материальную ответственность (подсобные рабочие, штукатуры, кондуктора, уборщицы, медсестры, санитары, воспитатели и нянечки). В Свердловской области, в январе и феврале текущего года 129 предприятий, со среднесписочной численностью 25 тысяч человек, заявили о переводе сотрудников на режим неполной занятости. По мнению О. Гибадуллиной, представителя портала HeadHunter, конкуренция на рынке труда Екатеринбурга будет только нарастать [9].

С 2005 – 2007 годов на рынке труда Среднего Урала доминировал принцип: «дайте молодежи шанс, не требуйте у всех готовый опыт» [4]. В течение 10 лет на «молодых» (не старше 30 лет) и «активных» сотрудников обращали особое внимание. Именно для этой категории в организациях создавали, реализовывали специальные программы обеспечения лояльности молодежи, ее мотивации, часто в ущерб остальным возрастным группам, - считает И. Камарина, совладелиц компании «Веста».

В августе 2013 года, даже устраиваясь в первый раз на работу, выпускники вузов заявляли о своем настойчивом желании сразу иметь гарантированно высокую оплату труда, социальный пакет, удобный график работы, комфортное рабочее место, возможности профессионального роста. Такое поведение молодых специалистов обесценивала молодежь в глазах работодателей, в конечном итоге «подрывая стратегические кадровые проекты в регионе» (из выступления В. Белоуса, главного директора ООО «Строительное управление «Север») [2]. За 5 последующих лет отмеченная установка молодых людей приобрела более жесткий характер, вызывая раздражение владельцев предприятий, топ-менеджеров. Май 2017 года: «Мало кто говорит об этом публично, но молодежь «зажралась», «...Современный рынок труда испортил молодежь», которая «переоценена» [4].

С 2016 года и на конец марта 2017 года, в Екатеринбурге средняя зарплата молодых выпускников с высшим и средним профессиональным образованием выросла на 17%, достигнув величины 32 тысячи рублей. Это не намного меньше оплаты труда специалистов с опытом работы, которым предлагают заработную плату от 38 тысяч рублей.

Стремление привлечь молодых сотрудников, попытки их удержать уменьшили экономическую эффективность таких действий. По сведениям сайта HR-mnenie.com, при прочих равных условиях, в первой половине 2017 года 53% работодателей были готовы предоставить рабочие места сотрудникам возраста от 40 до 50 лет (в этот же период 2015 года – всего 28%). Усиление внимания ответственных лиц к претендентам старше 40, иногда даже 45 лет, сравнительно новое явление, которое пока мало освещается в прессе [4].

Крупные предприятия могут привлекать и удерживать работников карьерой, продвинутым брендом. Такой возможности лишены компании из малого бизнеса, которые вынуждены решать кадровые вопросы только при помощи заработной платы, даже вопреки естественному желанию организаций экономить на оплате труда сотрудников, занимающих исполнительские должности. Поэтому такие фирмы обращают особое внимание на молодежь. Молодые люди примерно одного возраста, часто окончившие одно и то же учебное заведение, обычно обмениваются информацией о величине зарплаты, о дополнительных выплатах на предприятии, на котором работают.

По данным Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации, 46% россиян находят работу по знакомству [8].

Наиболее перспективные работники обычно уходят туда, где условия труда лучше, воспользовавшись рекомендациями уже работающих там, «нужных» знакомых. Работодатели также вынуждены отслеживать спрос и предложение по ряду специальностей на рынке труда, чтобы иметь необходимое количество сотрудников. После того, как много небольших организаций начинают предлагать молодым сотрудникам сравнительно высокую зарплату, так же вынуждены поступать крупные работодатели [4]. В этом можно видеть проявление действия механизмов регуляции рынка труда, его системный характер, проявляющийся в способности к саморегуляции, о существовании которых писали Г.В. Жога и другие авторы [1].

Используя накопленный опыт, возрастные работники часто более продуктивно решают стратегические задачи развития предприятия, учитывая особенности организации его внутренних процессов, корпоративной культуры, мотивации сотрудников. По сравнению с паспортным возрастом большее влияние на эффективность труда нового работника могут оказать его профессиональные, личностные компетенции [4], хотя, несомненно, существует положительная, статистическая зависимость между возрастом сотрудника и уровнем его компетенций. В качестве общей закономерности отметим, что обычно начинают говорить о существовании возрастных различий компетенций после того, как они становятся очевидными, достигают критического уровня для практиков. Эта закономерность применима как для возрастных индивидов старше 40, 50 лет, так и для пенсионеров [4].

Директор по персоналу компании «ЛОКО – Торг» О. Кайгородова «главную проблему всех совместных проектов бизнеса и вузов» видит в «недооценке роли мотивации молодежи. Образовательные стандарты и учебные курсы рассчитаны на изначально мотивированного и правильно настроенного человека, такой он нужен на входе в образовательный процесс и такой же – на выходе. Но это в теории, а на практике нужной мотивации нет и в помине» [2].

По мнению А. Мелеховой, директора по маркетингу Урало-Сибирского института бизнеса, перевоспитывать молодежь трудно, требуется много времени и сил, чтобы избавить молодых людей от «критического идеализма, комплекса исключительности» («Я все могу, платите мне много»). Начинающих трудовую деятельность надо учить, а не ломать. Используемые на практике формы бизнес-образования должны иметь массовый и одновременно гибкий характер [2].

Для сравнения, человек предпенсионного или пенсионного возраста, имея многолетний жизненный опыт, большой производственный стаж, не будет смотреть на окружающий мир через «розовые очки» и очень осторожно говорит при обсуждении возможностей его трудоустройства о многочисленных, разнообразных формах оплаты труда.

В. Валиев, эксперт центра «Открытое образование» считает, что необходимо создавать эффективную систему профессиональной ориентации в школах, чтобы «буквально связать отдельные школы с техникумами, особенно в малых городах региона, где есть шанс **убедить максимум молодых людей построить свое будущее в качестве профессионального рабочего, а не рваться в вуз...**». В качестве эталона рассматривается Челябинская область, где на средства заводов реализуются различные программы профессиональной ориентации «старшеклассников с целью буквально заманить их на предприятия и убедить поступать в колледжи» [2].

По нашему мнению, к реализации принципа «Где родился, там пригодился» надо подходить осторожно – как минимум можно потерять, без видимого результата, время жизни молодого человека, средства, выделенные предприятием на его обучение. Первый автор статьи имеет отрицательный опыт десятиклассника, которого каждую неделю, целый день, учили работать токарем на Новотрубном заводе, только потому, что он учился в прикрепленной к заводу школе. (Заметим, что эта школа считалась «сильной», как сейчас говорят «престижной», «с высоким рейтингом» в городе Первоуральске). При Советской власти производственное обучение часто имело обязательный, массовый характер, без учета потребностей, желаний, даже возможностей старшеклассника. Можно ожидать, что окажутся эффективными действия привлеченных специалистов по профессиональной ориентации. Если перед таким специалистом поставить задачу «максимального закрепить вчерашних школьников на заводе», то эта цель будет достигнута, хотя, скорее всего, без учета последствий для школьника, и, в конечном счете, для государства. Настораживает широко известное стремление к массовости наших соотечественников, «отягченное» условиями небольшого города и меньшим, чем раньше количеством (из-за «демографической ямы») молодых людей, начинающих свою трудовую деятельность. Маленькая величина города часто определяет меньший масштаб выбора, возникновение провинциализма - боязни изменения города проживания у выпускника средней школы, влиять на которого действительно проще, чем на жителя большого города.

Пожилые люди, тем более жители небольших городов, обычно имеют небольшой выбор рабочих мест. Названные выше трудности (в том числе, экономические) ежедневных поездок в другой город и обратно, проблемы с жильем закрепляют возрастных работников на конкретном предприятии.

Особого внимания заслуживают причины, по которым руководители крупных предприятий уходят в консультанты. Конечно, для целого ряда должностей, например для ректоров вуза, существует законодательно определенный возрастной ценз. Но многие администраторы высшего звена не попадают под действие этого возрастного порога. «Можно было бы предположить, что на рынке труда такая ужасная

ситуация, что люди готовы на любую работу, лишь бы была стабильная заработная плата. Но ничего подобного, многие руководители устали от нагрузки, в том числе эмоциональной, доказали себе и всем, что они могут, удовлетворили свои карьерные амбиции, купили машины-квартиры себе и детям, и готовы просто эффективно работать там, где им интересно», — добавляет г-жа Борисова» [4]. В известной басне Крылова, после того, как лисица не смогла добраться до возжеленного винограда, она стала говорить, что он незрелый и невкусный. Остается надеяться, что не все случаи «добровольного ухода на вторую позицию» обусловлены этой схемой.

Общесистемные закономерности, которые могут лежать в основе полученных результатов

Системой можно назвать совокупность материальных или нематериальных («идейных») элементов, через которые проходят потоки информации, вещества, энергии, а в случае экономических, образовательных систем – денег. Длительность, интенсивность этих потоков обеспечивают большую силу внутренних связей по сравнению с внешними. Такой комплекс способен к самостоятельной регуляции существенных внутренних параметров (гомеостазис системы) и к саморазвитию [6, с. 475].

Можно говорить о существовании общих закономерностей поведения систем разной природы (например, предприятия, биологического вида, организма человека). Можно найти сходство выводов экологов и экономистов, занятых изучением закономерностей взаимоотношений предприятий.

Как правило, любая система (в том числе, предприятие, человек) для обеспечения своего существования, развития в первую очередь стремится использовать наиболее эффективные из доступных ей ресурсов и только по мере их расходования привлекает менее продуктивные источники.

В России взаимоотношения между пенсионерами, которые могут, желают заниматься общественно значимым трудом, и остального трудоспособного населения обычно носят конкурентный характер, который можно изучать, ориентируясь на «принцип плотной упаковки Макаурта». С использованием экологических понятий допустима следующая формулировка второго принципа: для своего существования виды, составляющие сообщество (биоценоз, экосистему), максимально полно используют все ресурсы окружающей среды. В условиях конкретного местообитания между такими видами наблюдается минимальная (но не нулевая!) конкуренция и наибольшая биологическая продуктивность. При этом доступное для освоения пространство заполняется с максимальной плотностью [6, с. 401]. В качестве следствия получаем «правило заполнения экологических ниш»: свободная экологическая ниша в конечном итоге всегда будет заполнена, хотя иногда для этого может потребоваться длительное время [7, с. 109]. В этой связи Николай Федорович Реймерс приводит пословицу: «Природа не терпит пустоты». Таким образом, можно сделать вывод об оптимальном использовании трудовых ресурсов.

Под *экологической нишей* вида (аналогично, предприятия, в общем случае - системы) можно понимать область таких комбинаций различных факторов внешней среды, при которых данная система может функционировать неограниченно долго. *Фундаментальной* называют экологическую нишу, соответствующую условиям окружающей среды, при которых система может в принципе существовать, определяемым только ее внутренними характеристиками (например, физиологическими). Однако, практически всегда, развитие системы бывает ограничено другими системами, которые вступают с ней в конкурентные или хищнические взаимоотношения, поэтому говорят о *реализованной* экологической нише. Реализованная ниша всегда меньше фундаментальной. Фундаментальную экологическую нишу можно назвать *преконкурентной* или *потенциальной*, а реализованную – *постконкурентной* или *фактической* [3].

Если на ограниченной территории ресурсов хватает всем видам, то они могут просто «не замечать друг друга». Практически не встречаются особи, которые живут на одной территории, но активны днем либо ночью. Птицы, которые живут на вершинах деревьев, обычно не конкурируют с теми, кто обитает в кустарнике этого же леса. Для особей одного вида, которые претендуют на одну и ту же экологическую нишу, разделение жизненного пространства требует больших усилий и множества компромиссов. Достаточно вспомнить о мечении и об охране территории хищниками, например, волками, разделение животных на тех, кто использует ресурсы местообитания ночью и днем и т.д. В результате формируются кормовые или, например, гнездовые участки.

Во время засухи животные вынуждены потреблять необычную пищу, чтобы выжить. Аналогично рынок потребления обычно поделен предпринимателями по стоимости оказываемых потребителям услуг. В результате кризисных явлений в российской экономике усилилась дифференциация населения по доходам. Уменьшилось количество представителей среднего класса. Многие представители среднего класса попали в

группу населения с низкими доходами с соответствующим уменьшением уровня потребления. Реже «среднячки» богатели.

Внешняя среда влияет наиболее сильно в то время, когда организм имеет минимальную способность к приспособлению. Согласно *закону ограничивающих (лимитирующих) факторов* внешней среды: существование вида в конкретных условиях особенно ограничивают характеристики с пессимальными значениями, несмотря на наилучшее сочетание других параметров [7, с. 74].

Список литературы

1. Анализ территориальной, возрастной и образовательной структуры трудовых ресурсов Свердловской области в среднесрочной и долгосрочной перспективе: отчет о научно-исследовательской работе / Центр региональных экономических исследований Высшей школы экономики и менеджмента Уральского федерального университета имени первого Президента России Б.Н. Ельцина; Аналитический центр «Эксперт-Урал». Авторы: Г.В. Жога, Д.Е. Толмачев, И.С. Алейникова, С.М. Кадочников, П.Д. Кузнецов, Л.М. Полоцкая. Екатеринбург, март 2012. 84 с.
2. Материалы. Оценка ситуации на рынке труда в 2013 году / Рынок труда Екатеринбурга. Прикладное пособие. 19 август 2013. [Электронный ресурс] <http://www.hr-mnenie.com/component/content/article/8/1046>; дата обращения 1.04 2017.
3. Пианка, Э. Эволюционная экология / Э. Пианка. М: Мир, 1981. – 400 с.
4. Попов, А. Негласный бунт против молодежи. Бизнес Екатеринбурга все чаще ищет «возрастных» работников / А. Попов [Электронный ресурс] <http://ekb.dk.ru/news/neglasnyy-bunt-protiv-molodezhi-biznes-ekaterinburga-vse-chasche-ischet-vozzrastnyh-rabotnikov-237079057?from=sm2>; дата обращения 3.06.2017
5. Про систему и винтики (передовица) // Эксперт-Урал. 2012. № 13 (505).С. 8 – 9.
6. Реймерс, Н.Ф. Природопользование: Словарь – справочник / Н.Ф. Реймерс. - М.: Мысль, 1990. 637 с.
7. Реймерс, Н.Ф. Экология (теории, законы, правила, принципы и гипотезы) / Н.Ф. Реймерс. – М., 1994. – 367 с.
8. Сафонов, А. Можно ли попасть на хорошую работу без блата? / А. Сафонов // Аргументы и факты – Урал – Урал. – 2017. 7 – 13 июня. № 23 (1908). С. 4.
9. Смирнов, А. Кто остался не у дел? / А. Смирнов // Аргументы и факты – Урал. – 2017. 15 – 21 марта. № 11 (1896). С. 24.

СЕКЦИЯ №23.

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ НАРОДОНАСЕЛЕНИЯ И ДЕМОГРАФИЯ

СЕКЦИЯ №24.

ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ КАЧЕСТВОМ

УСТРАНЕНИЕ ПОТЕРЬ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ ИНСТРУМЕНТОВ СИСТЕМЫ «БЕРЕЖЛИВОГО ПРОИЗВОДСТВА»

Васильченко В.С., Ледяева Н.Я.

Сибирский государственный университет науки и технологий имени академика М.Ф. Решетнева,
г. Красноярск

Бережливое производство можно рассматривать как систему, как философию и как инструментарий. Идеи системы «бережливого производства» подразумевают постоянную работу по совершенствованию качества и сокращению потерь. Для достижения поставленных целей применяется набор инструментов качества.[3, с.48]Исполнительный директор компании Тойота -Тайити Оно выделил 8

видов потерь в системе «бережливого производства», к ним относятся: перепроизводство; транспортировка; ожидание; запасы; производство брака; излишняя обработка; лишние движения; человеческий потенциал. [2, с.215]

Основными методами бережливого производства являются:

- построение карты потока создания ценности(VSM) - данный инструмент поможет увидеть ценные операции и те, которые не добавляют ценности.
- система управления производством «Канбан» - такой инструмент поможет регулировать поток материалов и готовой продукции, как внутри предприятия, так и вне его, что позволит уменьшить потери.
- система организации рабочего места «5S» - этот инструмент используется для эффективного распределения и организации рабочего пространства, что служит для повышения управляемости зоны и сохраняет время.
- организация производства по принципу «Точно в срок» - данный инструмент позволяет сократить продолжительность производственного цикла и допускает предоставление услуг, материалов и прочих ресурсов только тогда, когда они нужны.
- система выравнивания заказов на производстве «Хеюнка» – такой инструмент помогает разбить заказ клиента на небольшие партии, находящиеся в особом порядке, что позволяет снизить риски и производить разнообразную продукцию за короткое время.
- производство без потерь «Выстраивание потока» - этот инструмент поможет выстраивать производственные потоки без остановок и скопления. С его помощью, возможно, сократить запасы и общее время цикла, повысить качество продукции, более эффективно использовать персонал.
- система постоянных улучшений «Кайдзен» - данный инструмент направлен на улучшения качества, технологий, процессов, корпоративной культуры, производительности труда и других аспектов деятельности компании.
- система доставки деталей «Милк ран» - этот инструмент позволяет сократить размер партий, которые хранятся в каждой точке, и обеспечить одинаковый поток материалов.
- система визуального и звукового контроля «Андон» - такой инструмент поможет реагировать на проблему за короткое время, тем самым предотвратить возможные потери. [1, с.53]

Как и на любом предприятии, в филиале «КАТЭКЭнергоремонт» ООО «КВАРЦ Групп» существуют потери. Идентифицированы три основных вида потерь: потери из-за ожидания; потери запасов и транспортные потери.

Потери из-за ожидания в компании выражаются в вынужденном простое бригад, ожидающих вывода в ремонт сломавшегося оборудования, потери связаны с затратами на заработную плату за вынужденный простой.

Основным видом транспортных потерь является перевозка материалов, необходимых для ремонта оборудования, со стационарных складов до места производства работ. Ввиду отсутствия временных складов вблизи мест производства работ, доставка материалов осуществляется мелкими партиями для каждого цеха отдельно, что во время ремонтной компании приводит к большим транспортным потерям.

Филиал несёт потери из-за излишних запасов, остающихся на складе, вследствие того, что договоры на ремонт оборудования заключаются в начале года, а пик ремонтной компании приходится на летнее время. Согласно условиям договоров всё оборудование и материалы, необходимые для ремонта, филиал должен закупить за два месяца до начала ремонтной компании. За этот период, исходя из реального состояния оборудования, выводимого в ремонт, заказчик может поменять вид ремонта и, как следствие, применяемые для ремонта материалы. Поэтому невостребованные материалы остаются лежать на складе до следующей ремонтной компании.

Для сокращения потерь из-за ожидания предлагается использовать инструмент «Выстраивание потока», который позволит более эффективно использовать рабочее время персонала, что существенно сократит вынужденный простой персонала, а следовательно и лишние затраты на заработную плату.

На сегодняшний день в филиале существует проблема простоя бригад до начала ремонтных работ. Затраты филиала на простой рабочих составляют 949,2 т.р. В период между ремонтными компаниями бригады рабочих для выполнения производственных работ должны пройти допуск, согласно требованиям техники безопасности. В связи с большим количеством допускающихся бригад и наличием только одного допускающего из числа оперативного персонала данная процедура занимает много времени. Это зависит от удалённости рабочего места и сложности его подготовки. Последняя бригада допускается через два часа после начала рабочего дня. Эти два часа являются вынужденным простоем, который заказчиками не

оплачивается. Для сокращения потерь из-за ожидания и увеличения эффективности использования рабочего времени, предлагается изменить график рабочего времени для части персонала и установить начало рабочего дня с интервалом в один час. Благодаря этому та часть персонала, которая начинает работать на час позже, будет затрачивать меньше времени на ожидание допуска для производства работ. Экономический эффект от данного мероприятия составит 474,6 т.р.

Для сокращения потерь на транспортировку предлагается использовать систему доставки деталей «Милк ран», который поможет решить проблему транспортных потерь. Организация кольцевого маршрута и использование карточек «Канбан» для заказа всеми цехами необходимых материалов, что позволит использовать одну автомашину для доставки всех материалов, необходимых для ремонтных работ в данное время, без создания промежуточного склада.

В настоящий момент в филиале каждый производственный участок для доставки материалов к своим местам производства работ заказывает отдельный транспорт, который перевозит мелкие партии и передвигается почти пустым. При данной ситуации затраты филиала составляют 1117,2 т.р. Предлагается организовать систему централизованного заказа материалов со склада до рабочих мест. Для этого участки должны накануне подавать заявки на центральный склад о необходимости доставки требуемых материалов и желательного времени доставки. Эти заявки анализируются экспедитором складского хозяйства, и на их основе составляется график маршрута одной машины доставляющей все необходимые материалы на все участки. При внедрении данного мероприятия затраты на транспортировку составят 837,9 т.р. Экономический эффект от мероприятия составит 279,3 т.р. (33%).

Для сокращения потерь из-за лишних запасов предлагается совместное использование инструментов Хеюнка, «Канбан» и «Точно в срок. Распределение материалов с помощью карточек «Канбан» на небольшие партии и разнесение поставки этих партий по времени, к началу ремонта конкретной единицы оборудования, поможет сократить количество материалов, запланированных к покупке в договорах, не применяемых в работе в период ремонтной компании.

Существующее сегодня положение договоров обязывает филиал закупать все материалы, указанные в договоре, за месяц до начала ремонтной компании. Перед началом ремонта каждой единицы оборудования проводится его дефектация и виды ремонта могут измениться, исходя из фактического состояния оборудования на момент вывода в ремонт. Из-за изменения вида ремонта меняется ассортимент и количество материалов, применяемых для ремонта. Поэтому часть материалов, приобретённых заранее, остаётся на складе филиала до следующей ремонтной компании, что сильно повышает объём складских запасов. На данный момент филиал несёт затраты на закупку материалов стоимостью 270,9 т.р. Предлагается провести переговоры с заказчиков об изменении условий поставки материалов, и до начала ремонтной компании приобретать только те материалы, которые гарантированно будут использованы при ремонте оборудования. Остальные материалы предлагается приобретать по факту дефектации, стоимость затрат на закупку материалов при внедрении данного мероприятия составят 99 000 руб. Исключением из этого может являться долгий срок изготовления необходимых запасных частей. Экономический эффект от мероприятия составит 171,9 т.р. (173%)

Таким образом, можно сделать вывод, что разработка мероприятий и использование инструментов бережливого производства позволят сократить существующие потери в филиале, и добиться значительного экономического эффекта.

Список литературы

1. Вумек Джеймс П., Бережливое производство. Как избавиться от потерь и добиться процветания вашей компании [Текст] : / Вумек Джеймс П., Джонс Дэниел Т.. – отд. изд., перераб. и доп. - М. Издательство «Альпина Паблишер», 2017. – 472с.
2. Вэйдер Майкл Томас, Инструменты бережливого производства. Мини-руководство по внедрению методик бережливого производства [Текст] : / Вэйдер Майкл Томас. – отд. изд., М. Издательство «Альпина Паблишер», 2014. – 125с.
3. Луйстер Том, Бережливое производство. От слов к делу [Текст] : / Луйстер Том, Теппинг Дон. – отд. изд., - М. Издательство «Стандарты и качество», 2014. – 132с.

ПЛАН КОНФЕРЕНЦИЙ НА 2017 ГОД

Январь 2017г.

IV Международная 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.

IV Международная научно-практическая конференция «**Актуальные проблемы менеджмента и экономики в России и за рубежом**», г. **Новосибирск**

Прием статей для публикации: до 1 февраля 2017г.

Дата издания и рассылки сборника об итогах конференции: до 1 марта 2017г.

Март 2017г.

IV Международная научно-практическая конференция «**Вопросы современной экономики и менеджмента: свежий взгляд и новые решения**», г. **Екатеринбург**

Прием статей для публикации: до 1 марта 2017г.

Дата издания и рассылки сборника об итогах конференции: до 1 апреля 2017г.

Апрель 2017г.

IV Международная научно-практическая конференция «**Актуальные вопросы экономики и современного менеджмента**», г. **Самара**

Прием статей для публикации: до 1 апреля 2017г.

Дата издания и рассылки сборника об итогах конференции: до 1 мая 2017г.

Май 2017г.

IV Международная 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.

IV Международная 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.

IV Международная 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.

IV Международная 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.

IV Международная 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.

IV Международная 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.

IV Международная 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.

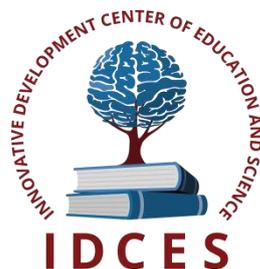
IV Международная научно-практическая конференция **«Развитие экономики и менеджмента в современном мире»**, г. Воронеж

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



Перспективы развития экономики и менеджмента

Выпуск IV

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

г. Челябинск

2017 г.

Печатается в авторской редакции
Компьютерная верстка авторская

Подписано в печать 10.07.2017.
Формат 60×90/16. Бумага офсетная. Усл. печ. л. 11,7.
Тираж 250 экз. Заказ № 072.

Отпечатано по заказу ИЦРОН в ООО «Ареал»
603000, г. Нижний Новгород, ул. Студеная, д. 58.