

САМАРА | 17-19 ДЕКАБРЯ 2018

МАТЕРИАЛЫ
I ВСЕРОССИЙСКОЙ
НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКОЙ
КОНФЕРЕНЦИИ

АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ РОССИЙСКОЙ ЭКОНОМИКИ И УПРАВЛЕНИЯ

ЦНИК



ЦЕНТР
НАУЧНЫХ
ИССЛЕДОВАНИЙ
И КОНСАЛТИНГА

SCIENTIFIC
PROBLEMS
OF
THE
DEVELOPMENT
OF
THE
RUSSIAN
ECONOMY
AND
MANAGEMENT

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Министерство образования и науки Самарской области
Самарский государственный социально-педагогический университет
(Факультет экономики, управления и сервиса)
Самарский государственный экономический университет
(кафедра менеджмента)
Самарский государственный технический университет
(Филиал в г. Сызрань)
ООО «Центр научных исследований и консалтинга»

АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ РОССИЙСКОЙ ЭКОНОМИКИ И УПРАВЛЕНИЯ

Сборник статей
I Всероссийской научно-практической конференции

17-19 декабря 2018 года

Самара 2018

УДК 001.1
ББК 60

Печатается по решению редакционно-издательского совета
Самарского государственного социально-педагогического университета

Председатель Редакционной коллегии

О.Д. Мочалов, доктор исторических наук, профессор,
ректор ФГБОУ ВО «Самарский государственный социально-педагогический университет»

Заместитель председателя

Л.И. Фишман, д.э.н., д.п.н., профессор,
декан факультета экономики, управления и сервиса
Самарского государственного социально-педагогического университета

Редакционная коллегия: канд. экон. наук **Ю.П. Грабоздин** (отв. редактор), д.э.н., доцент **О.В. Карсунцева** (г. Сызрань), д.и.н., профессор **А.И. Репинецкий** (г. Самара), д.э.н., профессор **М.М. Мусарский** (г. Москва), д.э.н., профессор **А.П. Жабин** (г. Самара), д.э.н., профессор **М.О. Сураева** (г. Самара), к.т.н., доцент **А.Д. Цой** (г. Самара), к.п.н., доцент **М.В. Гончар** (г. Москва), д.э.н., профессор **Е.В. Волкодавова** (г. Самара), к.э.н., доцент **Е.В. Фоменко** (г. Самара)

A14

Актуальные проблемы развития российской экономики и управления (17-19 декабря 2018 г., г. Самара). - Самара: ЦНИК, 2018. - 376 с.
ISBN 978-5-6041311-9-0

Настоящий сборник составлен по итогам I Всероссийской научно-практической конференции "Актуальные проблемы развития российской экономики и управления", состоявшейся 17-19 декабря 2018 г. в г. Самара.

Данный сборник предназначен для широкого круга читателей, проявляющих интерес к современным научным разработкам молодых ученых, преподавателей и научных работников, с целью применения результатов исследований в научной и педагогической работе.

Все статьи проходят экспертную оценку (рецензирование). Точка зрения редакции не всегда совпадает с точкой зрения авторов, публикуемых статей. Статьи представлены в авторской редакции. Ответственность за аутентичность и точность цитат, имен, названий и иных сведений, а так же за соблюдение законов об интеллектуальной собственности несут авторы публикуемых материалов. При перепечатке материалов сборника статей Международной научно - практической конференции ссылка на сборник статей обязательна.

Сборник статей постатейно размещён в научной электронной библиотеке elibrary.ru по договору № 442-02/2017К от 21 февраля 2017 г.

УДК 001.1
ББК 60

ISBN 978-5-6041311-9-0

© ООО "Центр научных исследований
и консалтинга", 2018
© Коллектив авторов, 2018

РАЗВИТИЕ ТЕОРИИ И ПРАКТИКИ МЕНЕДЖМЕНТА В УСЛОВИЯХ СОВРЕМЕННОЙ ЭКОНОМИКИ

УДК 339.138

РЕКОМЕНДАЦИИ ПО МАРКЕТИНГОВОМУ ПРОДВИЖЕНИЮ УСЛУГ СТОМАТОЛОГИЧЕСКОЙ КЛИНИКИ

М.О. АНДОМИНА

Врач стоматолог-ортопед

ГБУЗ Самарской Области «Сызранская стоматологическая поликлиника»

г. Сызрань

магистрант

Российская академия народного хозяйства

при Президенте РФ (РАНХиГС)

г. Москва

В статье обоснована необходимость применения современных маркетинговых методов продвижения продукции для стоматологических клиник. Приведен перечень конкретных рекомендаций по привлечению пациентов сгруппированных по разным способам продвижения.

Ключевые слова: стоматологическая клиника, продвижение услуг, маркетинговые методы и способы привлечения пациентов.

Дилемма платной и «бесплатной» медицины стара как мир. Платные услуги оказываются более качественно, но при этом врачи заинтересованы не в выздоровлении «пациента», а в превращение его в «клиента» и постоянных обращениях для получения выручки.

В случае когда пациент сам напрямую не оплачивает свои обращения - он получает посредственный сервис и такое же отношение к себе, зачастую самые дешевые материалы и лекарства используемые при лечении, и как правило, не самое дорогое и передовое оборудование.

За какую из этих систем голосует потребитель при выборе стоматологической клиники - можно отследить наблюдая динамику предложения платных медицинских услуг в данной отрасли, - ведь они не будут развиваться если на них нет спроса.

По состоянию на 2017 год рынок платных стоматологических услуг в России занимает 50% отрасли платных медицинских услуг. На протяжении последних четырех лет наблюдается ежегодный рост объема отрасли платных медицинских услуг, в 2016 году темпы прироста остались на уровне 2015 года (+6,6%), а показатель составил 572,5 млрд. руб.[5]

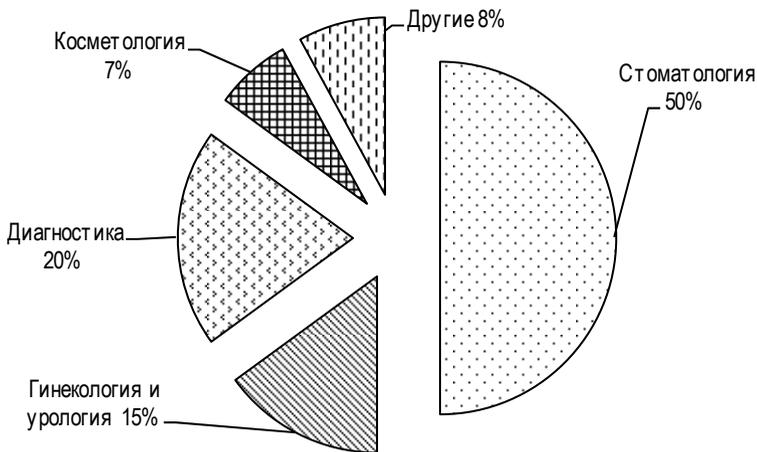


Рис. Доля стоматологической отрасли среди рынка платных медицинских услуг в России, 2017 г., %

По прогнозам экспертов, в перспективе до 2019 года рынок платной медицины будет расти в среднем на 6% ежегодно. Ожидается рост доли коммерческих медуслуг и снижение доли ДМС. Подобные тенденции окажут влияние и на рынок стоматологических услуг в частности, снижение затрат потребителей медицинских услуг на ДМС снизит и его долю в структуре рынка стоматологических услуг.

Последние три года наблюдается рост стоимости стоматологических услуг в России. Это свидетельствует о том, что пациенты не стремятся экономить когда речь идет о лечении зубов.

В связи с вышесказанным, можно констатировать что рынок стоматологических услуг оплачиваемых непосредственно пациентом растет, и для того чтобы государственной клинике занять на нем достойное положение среди конкурентов необходимо применять маркетинговые инструменты при продвижении своих услуг.

Маркетинг является ключом к успеху любого бизнеса, и стоматологические практики не являются исключением. Для того, чтобы стоматологическая клиника развивалась, один дантист должен видеть 24-50 новых пациентов в месяц.[2]

Для привлечения новых стоматологических пациентов, клиника должна предлагать конкурентоспособный продукт при конкурентных ценах, а также удобные качественные услуги - все это поддерживается твердым планом стоматологического маркетинга.

Для того чтобы выяснить как продвигать стоматологические услуги, в первую очередь необходимо провести SWOT - анализ, который представляет из себя структурированный способ определить сильные и слабые стороны вашей клиники, возможности и угрозы.[1]

Сильные стороны. Проанализируйте деятельность вашей стоматологии и выявите что отличает вашу стоматологическую клинику от других стоматологов в вашем районе.

Перечислите все возможные способы, которые вы можете применить и использовать, чтобы ваша клиника отличалась от конкурентов.

Слабые стороны. Будьте честны с этим списком, чтобы вы могли распознать и преодолеть любые препятствия.

Возможности. Определите направления роста предлагаемых вами услуг. Оцените каждый элемент, чтобы определить какие услуги несут вам основную прибыль и что вы можете сделать для их развития.

Угрозы. Необходимо выявить список угроз для вашего бизнеса, и проанализировать от каких из них и каким способом вы можете защищаться.

После того, как вы установили, где находится ваша стоматологическая по отношению к конкурентам, вы сможете определить, какие идеи для стоматологического маркетинга помогут обеспечить успешное развитие. Ниже перечислены ряд идей, внедрение которых позволит вам привлечь и удерживать пациентов.

Бонусная система для пациентов.

Для каждой стоматологической клиники более 70% нового прироста пациентов можно обеспечить за счет привлечения круга знакомых уже имеющих пациентов.[3]

Предлагая широкую реферальную бонусную программу вы удерживаете имеющихся пациентов и заставляете их приводить своих знакомых за стоматологическими услугами именно к вам. Мотивация для пациентов проста: если человек рекомендует вашу клинику другу, и если этот друг заканчивает посещать вашу стоматологию, то исходный реферер получает бонус, например скидку или стоматологический продукт.

Эта программа имеет двойную выгоду от общения с пациентами, как старыми, так и новыми, и привлекает их к вашей клинике. Более того, все, что вам нужно сделать, это раздавать простые справочные карточки в офисе или укладывать их в свои другие почтовые рассылки.

Чтобы сделать эту идею еще более эффективной, подумайте о том, чтобы стимулировать сотрудников побуждать их помогать совершенствоваться и развивать вашу практику не только через рефералов, но и во всех аспектах вашей деятельности.

Предлагайте бесплатные или дисконтные приемы / обследования. Убедитесь, что вы не предлагаете те же стимулы, что и любая другая клиника в городе. Ваши рекламируемые скидки должны быть достаточно разными, чтобы привлечь внимание пациентов.

Предложите скидку 5% на оплату бухгалтерии - скидки всегда привлекают пациентов, и у этого есть дополнительный бонус у этих пациентов с большей вероятностью будут назначать встречу, если они будут оплачены.

Определение целевой аудитории.

Как показывают исследования, женщины возглавляют более 90% всех решений о лечении зубов.[1] Они являются генераторами идей и хотят принимать обоснованные решения для своих семей. Им нужна услуга, а не только продукт, и на сегодняшнем рынке у них есть множество стоматологических клиник на выбор.

Отличная идея для стоматологического маркетинга, которая заставит больше руководителей семей женского пола связываться с вашей клиникой, - это тщательно проанализировать общий имидж маркетинга, включая логотип вашей стоматологической клиники и существующее ее восприятие женщинами - дизайн, удобство размещения, комфорт во время ожидания и получения услуги.

По словам Филиппа Котлера, ведущего эксперта по маркетингу в мире, «женщины принимают решения о покупке по-другому, чем мужчины, метод который они применяют при принятии решения можно назвать «извилистый подход».[1]

Женщины хотят получить информацию до покупки, чтобы убедиться, что они находят «идеальный ответ» на свои вопросы, поэтому, создавая маркетинговое обеспечение для своей стоматологической клиники, обязательно работайте с тем как воспринимая вашу стоматологию женщины - проведите опрос, скорректируйте дизайн и постарайтесь устранить те негативные моменты на которые они обратили внимание.

Персонал.

Чтобы получить еще большее преимущество в конкурентной борьбе необходимо уделять внимание работе с персоналом - а именно тому аспекту как ваш персонал работает с пациентами - дружелюбность, внимание, отзывчивость, переговоры о ценах, продажа дополнительных услуг - все это очень сильно зависит от фактически каждого сотрудника вашей клиники - начиная со стойки регистрации и заканчивая врачами в кабинетах. Если ваша команда на стойке регистрации не поднимает головы, когда пациент подходит, или если у вас есть гигиенист, который немного груб, он плохо отражается на дантисте, и ваши пациенты могут не вернуться.

Самая большая идея стоматологического маркетинга - это командная подготовка. Как дантист, вы, вероятно, привержены продолжению образования для себя и своей команды.

Требуется классическое обращение с новыми пациентами. После того, как набрали более 120 000 телефонных звонков с стоматологическими пациентами, мы можем подтвердить, что ваш стоматологический кабинет, как и многие другие, теряет новых пациентов из-за плохой обработки телефона.[4]

Это не значит, что ваша команда не жизнерадостна и услужлива, это просто означает, что звонки пропущены из-за обязанностей на стойке регистрации, есть предположение, что голосовая почта будет закрыта, и часто нет практики для пациента чтобы забронировать встречу. В целом менее 70% входящих звонков отвечают в прямом эфире, и только 50% ответивших отправляются на прием. Удостоверьтесь, что у вашей команды новая обучающая программа работы с пациентами, в которой они нуждаются. Получить ее можно работая с экспертным партнером по стоматологическому маркетингу.

Помните, что человек, который отвечает на ваш телефон в клинике, - это 50% успеха привлечения нового пациента. Их энтузиазм в отношении вас, вашей клиники и предлагаемых вами услуг сделает или нарушит ваши планы стоматологического маркетинга.

Усовершенствуйте свою стоматологическую маркетинговую стратегию с помощью этой жемчужины идеи стоматологического маркетинга и привлечите свою команду. В своих еженедельных чатах попросите свою команду прочитать каждую маркетинговую кампанию, которую вы запускаете. Попросите всех в вашей стоматологической команде принести все листовки, электронные письма и другие рекламные роли в области стоматологического маркетинга, которые они получают, и вместе проанализируйте воздействия конкурентов на пациентов, посмотрите что можно заимствовать, чтобы улучшить вашу деятельность. Чем более вы занимаетесь своей командой, тем больше вероятность того, что они предоставят вам уникальные идеи для стоматологического маркетинга.

Веб-присутствие и отзывы пациентов.

Несмотря на то, что более 50% ваших новых стоматологических пациентов должны быть рефералами, эти люди, а также люди, которые получают ваши другие стоматологические маркетинговые кампании, скорее всего, будут искать вас в Интернете. Ваша компания должна иметь хороший веб сайт с возможностью записи на прием, странички в социальных сетях, необходимо развивать подписки на свои группы.

Оптимизируйте свой сайт для мобильных устройств. Многие люди ищут местные службы, в том числе стоматологов, со своих телефонов или планшетов вместо традиционного компьютера. Убедитесь, что ваш сайт оптимизирован для этих устройств, поэтому легко ориентироваться и собирать информацию независимо от того, как потенциальный пациент обращается к ней.

Участвуйте в социальных сетях. Социальные медиа - это необходимость в современном обществе. От «Facebook» до «Twitter», в «Instagram» и «Одноклассниках», «ВКонтакте» - платформы социальных сетей предлагают уникальные и привлекательные способы взаимодействия вашей стоматологической клиники с пациентами. Убедитесь, что контент интересен и уместен. Цитаты и юмор обычно хорошо работают, но что бы это ни было, постарайтесь сделать так, чтобы читатели захотели поделиться ими.

Перехват Facebook. Какое лучшее место, чтобы напомнить людям, что они были к вашей клинике, и нужно записаться на прием или прочитать отзывы о своей больнице - Facebook. Если вы получаете 2000 кликов в месяц на свой сайт, вы можете перенаправить рекламу в Facebook, чтобы привлечь невероятно дешевые целевые клики на ваш сайт. Недорогое решение идеи стоматологического маркетинга заключается в том, чтобы настроить страницу Facebook на сайт вашей клиники. Этот сайт в социальных сетях предлагает вам отличный способ показать культуру вашей клиники и место для потенциальных сотрудников, чтобы понять, что значит работать с вашей командой.

Начните блог. Не недооценивайте силу блога, чтобы связаться с потенциальными пациентами, чтобы дать им интересную информацию, которая имеет отношение к их жизни. Будьте экспертом. Пациенты хотят знать, что они в хороших руках. Написав периодические статьи для журналов или газет, а затем показывая их на своем веб-сайте и в своем офисе, вы даете пациентам понять, что вы специалист в своей области, что повышает уверенность в ваших способностях.

Отправляйте ежемесячный электронный бюллетень. Поддерживать контакт с текущими и потенциальными пациентами, отправив ежемесячный электронный бюллетень с советами по стоматологии, новыми технологиями и информацией и, возможно, «весело». Электронные бюллетени работают как нежное напоминание о том, сделайте свою следующую встречу, не будучи назойливой или открытой в призыве к действию.

Отличная идея для стоматологического маркетинга состоит в том, чтобы разумно поощрять пациентов давать вам положительные отзывы в Интернете, и отличный способ сделать это в вашем информационном бюллетене пациента. Предоставляйте пошаговые инструкции «как оставить отзыв», чтобы помочь пациентам помочь вам.

Чем более дружелюбным вы можете сделать свое общение в интернете, тем больше у вас будет успеха.

Еще одна хорошая маркетинговая идея для всей команды стоматологов - регулярно просматривать ваш сайт. Обновлен ли контент. Будет ли ваш сайт привлекать женщин-членов семьи. Легко ли ориентироваться и отражает ли качество ваших услуг. Есть ли дружеская картина стоматолога с семьей и / или командой. Пятьдесят процентов потребителей боятся стоматолога на каком-то уровне, поэтому, чем более дружелюбно вы можете сделать свой имидж, тем больше у вас будет успеха.

Формирование имиджа в обществе.

Участвуйте в своем сообществе. Пациенты с большей вероятностью почувствуют себя связанными с дантистом, с которым они сталкиваются за пределами офиса стоматолога. Спонсируйте местные мероприятия, от благотворительных мероприятий до школьной атлетики, купив рекламу, пожертвовав предметы с логотипом на них, создав стенд или просто сделав свое присутствие известным.[4]

Наиболее эффективная первичная целевая аудитория состоит из кварталов и потребителей, которые находятся в непосредственной близости от вашего бизнеса. Тем не менее, важно, чтобы ваша стоматологическая клиника имела положительный образ в глазах общественных групп.

Вы также можете повысить узнаваемость названия своей клиники через участие в общественных мероприятиях, таких как волонтерская деятельность или посещение окрестностей. Вы даже можете принять решение о спонсировании местной спортивной. Эти мероприятия могут варьироваться от информационного семинара с бесплатными закусками и напитками до детальной фотосессии для пациентов с косметическими процедурами.

Это может служить блестящей возможностью для общения с реальными потенциальными новыми пациентами стоматологии, создавая прочную платформу вашего заведения в обществе. Ключом к этой идее стоматологического маркетинга является то, чтобы быть видимым, реальным и дружелюбным, а также поддерживать ваше сообщество пациентов. В конце концов, пациент, который хорошо проводит время с вашей практикой, обязательно вознаградит вас за это своей лояльностью и рефералами.

Почтовые рассылки.

Многие из клиентов считают, что рассылка бюллетеня по местным стоматологическим вопросам повышает их авторитет и приводит к дополнительному участию общества в работе клиники. Действительно, идея стоматологического маркетинга для развития на перспективу заключается в постоянном сосредоточении внимания на поколении новых пациентов.

Каждая практика ежегодно теряет 15-20% своей базы пациентов из-за естественного истощения. И прямая рассылка по почте, как доказано, приводит к более высоким результатам, чем любой другой тип маркетинга для стоматологов, но не все прямые письма одинаковы. Пользовательская прямая рассылка предполагает распространение следующих видов рекламно-информационной продукции:

- Стоматологические бюллетени;
- Стоматологические открытки;
- Пациентские информационные бюллетени;
- Практические брошюры.

Доказано, что бюллетени для стоматологического маркетинга увеличивают объем звонков на 70% выше, чем открытки для стоматологического маркетинга, плюс они вдвое эффективнее задействуют мозг.

Организируйте рассылку по близлежащим районам под лозунгом «Добро пожаловать соседи!» в виде открытки- купона на скидку. Списки новых домовладельцев проживающих в ближайших районах доступны из многих источников. Воспользуйтесь этими списками и отправьте карту «Добро пожаловать соседи!» содержащую приглашение посетить вашу клинику и скидку при предъявлении данного купона этим новым потенциальным пациентам.

Брендинг.

Используйте уникальный и логичный логотип и фирменный стиль. Это может показаться очевидным, но последовательный и привлекательный брендинг является одним из наиболее важных элементов, связанных с получением новых пациентов. Это создаст узнаваемость бренда и чувство осознанности среди ваших пациентов и любых новых клиентов.

Применение этих маркетинговых подходов к продвижению стоматологической клиники позволит привлечь и удержать пациентов и занять достойное место среди конкурентов на рынке стоматологических услуг вашего региона.

Список литературы

1. Стратегический маркетинг некоммерческих организаций. Филипп Котлер, Алан Р. Андреасен. Издательство: Феникс.. ISBN: 978-5-222-11766-8, 2007 г., 854 с.
2. Развитие службы маркетинга в медицинских учреждениях / Мамедова Г. Б., Эшдавлатов Б. М., Акбарходжаев А. А., Хумоюн А. М. // Молодой ученый. - 2014. - №3. - С. 206-208.
3. «Различные идеи стоматологического маркетинга для вашей клиники». Электронный ресурс: <http://araconta.com/>
4. «9 советов по маркетингу специалистов по стоматологической практике» Электронный ресурс: <http://www.dentistryiq.com/>
5. «Российский рынок стоматологических услуг 2017, выпуск 3» электронный ресурс <https://marketing.rbc.ru/research/39182/>

© М.О. Андомина, 2018

УДК 339.13.024

**К ВОПРОСУ О НЕОБХОДИМОСТИ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ
ПРАВОВОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ СФЕРЫ ТУРИЗМА**

Е.О. АФОНЬКИНА

студент

Научный руководитель

Г.Н. КВИТА

доцент кафедры бизнеса в сфере услуг, канд. филос. наук
«Новосибирский государственный университет
экономики и управления»
г. Новосибирск

В статье раскрывается значимость правового обеспечения туристической сферы в России, определяются специфика этого обеспечения, подчеркивается необходимость повышения качества реализации правовых положений, регулирующих туристскую сферу.

Ключевые слова: правовое обеспечение, туризм, качество правового регулирования.

Туристическая деятельность, выступая в роли одной из важнейших отраслей экономики страны, требует надежного источника правового регулирования, который будет создавать благоприятные условия для её дальнейшего развития и процветания.

Закон определяет границу дозволенного поведения человека в конкретной жизненной ситуации. Каждый член общества - гражданин имеет свои права и обязанности, которые закрепляются за ним законом. Права одного гражданина заканчиваются там, где начинаются права другого члена общества. При несоблюдении этой границы в обществе происходит нарушение равновесия, анархия.

По сути, правовое регулирование в сфере туризма - это совокупность правовых норм, которые регламентируют отношения в сфере осуществления туристской деятельности, которые целенаправленно воздействуют на взаимоотношения субъектов в сфере туризма [2]. К таким взаимодействиям относится гарантия осуществления права граждан на отдых, свободу передвижения, информацию, охрану здоровья, благоприятную окружающую среду, а кроме того, гарантирование права на участие в культурной жизни и использование учреждений культуры для занятий туризмом.

Правовое регулирование осуществляется через определённые инструменты. К ним относят правовые средства (нормы права, юридическая ответственность, правовые ограничения), способы правового регулирования (приёмы, через которые осуществляется регулирование) и метод воздействия или правового регулирования (показывает характер взаимоотношений участников правоотношений) [1, с.17].

Правовое регулирование охватывает широкий спектр направлений, но все же его можно свести к следующим ключевым пунктам:

- укрепление, совершенствование уже существующих в этой сфере общественных отношений. Здесь следует упомянуть, что в настоящее время в действующих нормативных документах уже разработаны и приняты положения, касающиеся развития индустрии туризма. Они включают в себя акты, в которых определяется цель туристской деятельности, состоящей в удовлетворении потребностей граждан во время путешествий, положения о создании дополнительных рабочих мест посредством развития туристской отрасли, нормы права, касающиеся повышения доходов государства и его граждан, совершенствования международных взаимосвязей, охраны природных и культурно-исторических объектов их рационального пользования в ходе осуществления туристской деятельности и др.;

- запрет на определённые общественные отношения и поведение. К примеру, закон запрещает освобождать члена объединения туроператоров в сфере выездного туризма от внесения взносов в компенсационный фонд;

- изменение характера отношений субъектов индустрии туризма и гостеприимства, к примеру, специфика оказания гостиничных услуг, особенности предоставления услуг по временному размещению и (или) обеспечению временного проживания и др.;

- стимулирование дальнейшего совершенствования туристской сферы. К примеру, оказание помощи в продвижении туристского продукта на внутреннем и мировом туристских рынках; формирование профессионального кадрового состава в индустрии туризма и гостеприимства; обеспечение условий, благоприятных для туристской отрасли и др.

Ключевыми задачами развития правового обеспечения туристской деятельности становятся:

- правовое регулирование отношений участников этой деятельности;
- обеспечение законных прав субъектов туризма;
- выполнение всех действующих законов в сфере туризма;
- создание локальных нормативных актов, с целью оптимального функционирования туристской отрасли [1, с.20].

Правовая база туризма, создается, во-первых, на основе юридически разнородных норм разных областей права, например, гражданского, предпринимательского, государственного, административного и прочих, которые все же объединены по предметным и целевым признакам, и оказывают регулирующее влияние на индустрию туризма; во-вторых, на основе актов и норм, которые напрямую регулируют отношения субъектов туристской отрасли, например, законы о туризме, акты, касающиеся деятельности по продаже прав на клубный отдых и т. д.

Как показывает анализ действующего законодательства, регулирующий туристскую деятельность, в правом регулировании сферы туризма задействованы традиционные и специальные юридические нормы. Юридическая система состоит из общей и особенной частей. К общей части относятся нормативные акты, регламентирующие разные стороны общественных отношений, связанных со сферой туризма. Особенная часть представляет собой совокупность норм права, связанных с нормами специаль-

ного законодательства, которые регламентируют отдельные виды деятельности субъектов туристской индустрии [3, с.15].

На сегодняшний день основой правового регулирования туризма считаются нормы гражданского права, потому что именно они утверждают отношения товарно-денежного оборота в данной сфере деятельности. Наряду с этим, нормы гражданского права, регулирующие отношения между субъектами туризма обладают определёнными особенностями, такими как исключительные характеристики турпродукта (неосвязаемость; реализация тура в момент потребления; нет возможности воспроизвести услугу; зависимость от многих факторов) [4].

Правовая система в сфере туризма в РФ направлена на создание и гарантированное развитие в государстве правовой, финансовой и экономической среды для развития современной сферы туризма и гостеприимства, которая, со своей стороны, воплощает одно из основных конституционных прав человека - право на отдых. Качественная реализация этого права – одна из первостепенных задач государства, которая должна сопутствовать появлению новых витков в развитии и совершенствовании механизма туризма. По этой причине появляется необходимость во все стороннем регулировании туристской индустрии.

Список литературы

1. Бобкова А.Г., Кудреватых С.А., Писаревский Е.Л. Правовое обеспечение туризма.- М.: Федеральное агентство по туризму, 2014. - 336 с.
2. Климова, Э.Н., Климова, Т.В., Бушуева, И.П. Технологичный кислород предприятий сферы туризма / Э.Н. Климова, Т.В. Климова, И.П. Бушуева // Экономика и предпринимательство. - 2018. - №5 (94). - С. 754-759.
3. Кусков А.С., Сирик Н.В. Оказание туристских услуг: гражданско-правовое регулирование. - М.: Юстицинформ, 2013 год. - 164 с.
4. Нюренбергер, Л.Б., Ананич, М.И. Коммуникационная составляющая в маркетинге отношений на рынке туристских услуг / Л.Б. Нюренбергер, М.И. Ананич // Национальные экономические системы в контексте формирования глобального экономического пространства : Материалы II международной научно-практической конференции. - 2016. - С. 348-349

© Е.О. Афонькина, 2018

УДК 334.02

ОСОБЕННОСТИ ВНЕШНЕЙ СРЕДЫ ОХРАННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

А.А. БАЛАКИРЕВА

студент

Научный руководитель

Е.А. МАЛЫШЕВА

доцент

Самарский государственный экономический университет

г. Самара

В статье рассмотрена структура внешней среды организации. Проанализированы особенности и внешней среды ООО «Сокол», и сделаны соответствующие выводы.

Ключевые слова: внешняя среда, макросреда, охранное предприятие, STEP-анализ, риск.

Организацию можно рассматривать как совокупность ее параметров, которые меняются под воздействием управленческих решений и внешней (окружающей) среды. Внешняя среда - это совокупность факторов (условий и организаций), оказывающих воз-

- контроль времени прихода и ухода сотрудников;
- документированный контроль допуска автотранспорта;
- поддержание общественного порядка на территории;
- осуществление противопожарных мероприятий;
- немедленное реагирование в чрезвычайных ситуациях;
- организация патрулирования/мониторинга объекта и прилегающих территорий, осмотр помещения;

- организация видео-мониторинга объекта и прилегающих территорий (круглосуточно).

2. Пультавая охрана. Пультвая охрана предполагает внедрение целого комплекса технических средств, включающих в себя охранную сигнализацию квартиры (помещения), тревожную кнопку вызова ГБР (Группы Быстрого Реагирования), а также централизованный пульт координации охраны.

3. Сопровождение. Услуги сопровождения необходимы для того, чтобы обеспечить безопасность перемещения людей и материальных ценностей.

4. Системы безопасности: проектирование, монтаж, обслуживание. Технический отдел ООО «Сокол» предлагает комплексные решения по проектированию, монтажу и обслуживанию простых и сложных систем:

- систем охранной сигнализации;
- пожарной сигнализации;
- системы видеонаблюдения;
- системы охраны периметра;
- комплексов контроля и управления доступом;
- аудио-видеодомофонов;
- установка турникетов и шлагбаумов.

5. Контролеры (сервисная охрана). Основными из них являются:

- обнаружение технических поломок и аварий в работе инженерно-технических систем;
- противопожарный контроль;
- контроль чистоты территории объекта;
- выявление сотрудников, нарушающих требования установленного режима, случаев небрежного использования персоналом оборудования;
- контроль парковки.

Таким образом, ООО «Сокол» выполняет весь спектр услуг в области охраны, начиная от разработки концепции безопасности, и, заканчивая осуществлением физической охраны в сочетании с современными техническими системами безопасности.

STEP-анализ ООО «Сокол» представлен в таблице 1.

Таблица 1

STEP-анализ ООО «Сокол»

| Факторы | Характеристика |
|-----------------|--|
| Социальные | 1. Ослабление демографического кризиса. 2. Усиление контроля со стороны государства за выполнением коммерческими организациями социальными обязательствам перед людьми. 3. Обширные связи и поддержка в государственных и силовых структурах. 4. Появление нового сегмента - частные военные организации. |
| Технологические | 1. Усиление рыночных тенденций в сфере безопасности. 2. Вытеснения понятия «физическая охрана» средствами технической безопасности. 3. Увеличение государственных заказов по разработке новых систем безопасности. |

| Факторы | Характеристика |
|---------------|---|
| Экономические | 1. Уровень располагаемых доходов населения. 2. Условия оплаты труда. 3. Открытый доступ иностранных компаний на российский рынок охранных услуг. 4. Уровень развития предпринимательства. |
| Политические | 1. Наличие государственных компаний в отрасли. 2. Ужесточение законодательства о деятельности частных охранных предприятий. 3. Повышение налоговых тарифов. 4. Уровень криминальной ситуации в стране. |

Следующий этап STEP-анализа заключается в определении силы влияния каждого из выбранных факторов. Для проведения оценки была использована следующая шкала:

- 1 балл - влияние фактора мало, любое изменение факторов практически не влияет на деятельность компании;
- 2 балла - только значимое изменение факторов влияет на продажи и прибыль компании;
- 3 балла - влияние фактора высоко [5, с. 30].

Оценка значимости факторов STEP-анализа приведена в таблице 2.

Таблица 2

Оценка значимости факторов STEP-анализа

| Факторы | Описание фактора | Влияние фактора |
|-----------------|--|-----------------|
| Социальные | Ослабление демографического кризиса | 2 |
| | Усиление контроля со стороны государства за выполнением коммерческими организациями социальных обязательств перед людьми | 3 |
| | Обширные связи и поддержка в государственных и силовых структурах | 3 |
| | Появление нового сегмента - частные военные организации | 2 |
| Технологические | Усиление рыночных тенденций в сфере безопасности | 3 |
| | Вытеснения понятия «физическая охрана» средствами технической безопасности | 2 |
| | Увеличение государственных заказов по разработке новых систем безопасности | 2 |
| Экономические | Уровень располагаемых доходов населения | 3 |
| | Условия оплаты труда | 1 |
| | Открытый доступ иностранных компаний на российский рынок охранных услуг | 3 |
| | Уровень развития предпринимательства | 2 |
| Политические | Наличие государственных компаний в отрасли | 3 |
| | Ужесточение законодательства о деятельности частных охранных предприятий | 3 |
| | Повышение налоговых тарифов | 2 |
| | Уровень криминальной ситуации в стране | 3 |

Проанализируем полученные результаты.

1. Технологические факторы. Наибольшее влияние на деятельность охранных организаций, согласно анализу, оказывает такой фактор, как усиление рыночных тенденций в сфере безопасности. Многие организации не адаптированы к применению только средств технической безопасности. Это, в первую очередь, банки, рестораны, магазины

розничной торговли и т.д. Скорее, предприятия склонны к использованию комплексных средств охраны. Следовательно, ООО «Сокол» необходимо не только готовить квалифицированные кадры физической охраны, но и совершенствовать средства технической безопасности. Кроме этого, предприятию следует использовать новейшие технические разработки в процессе предоставления услуги в целом и в процессе послепродажного обслуживания.

2. Экономические факторы. Наиболее сильное влияние имеет такой фактор внешней среды, как уровень располагаемых доходов населения. При снижении данного уровня, потребители отказываются от части продуктов, пересматривают продуктовую корзину. Охранные услуги не являются услугами первой необходимости. Поэтому, оказавшись в подобной ситуации, ООО «Сокол» необходимо изменить ассортиментный портфель, а именно: уменьшить линейки дорогостоящих услуг, ликвидировать, по мере возможности, дополнительные платные услуги, ввести новые предложения, акции, скидки [1, с. 74].

В данной группе имеет место еще один фактор - открытый доступ иностранных компаний на российский рынок охранных услуг. Несмотря на нестабильную экономическую ситуацию, иностранные компании активно интересуются российскими охранными агентствами. Причем, большему вниманию подвержены крупные охранные предприятия. В будущем, возможно, на российском рынке популярность обретут компании со значительным иностранным капиталом. Чтобы минимизировать негативное влияние данного фактора, ООО «Сокол» необходимо повышение качества услуг, расширение ассортимента услуг, развитие новых сегментов.

3. Политические факторы. В данной группе наибольшая значимость принадлежит такому фактору, как уровень криминальной ситуации в стране. Несмотря на то, что данный фактор является крайне негативным, повышение его уровня заставляет чаще обращаться к услугам частных охранных агентств [3, с. 61].

Таким образом, хотя ООО «Сокол» имеет достаточно весомые сильные стороны и является достаточно стабильным на рынке охранных услуг, есть вероятность появления новых конкурентов с расширенным перечнем предлагаемых услуг, в том числе с иностранным капиталом, и как следствие, передовыми техническими разработками.

Анализ внешних рисков выявил, что политика устойчивого частного охранного предприятия должна включать стратегию развития на 3-5 лет, постоянный мониторинг текущей ситуации на рынке, поиск новых ниш и партнеров. Необходимо укрупнение системы, которое позволит усилить лоббистскую деятельность в отношении российского законодательства, объединить ресурсы для активизации деятельности и технического перевооружения, вывести в единый сервисный центр общие непрофильные виды деятельности.

Список литературы

1. Глазков С.О. Анализ внешней среды организации // Проблемы теории и практики управления. - 2016. - №4. - С. 74-77.
2. Егоров А.С. Внешняя и внутренняя среда предприятия // Российский экономический барометр. - 2017. - №11. - С. 111-116.
3. Ивахник Д.Е. Анализ внешней среды организации // РИСК: ресурсы, информация, снабжение, конкуренция. - 2018. - №11. - С. 61-67.
4. Рудой Е.В. Внешняя среда предприятия: сущность, особенности // Молодой ученый. - 2017. - №19. - С. 152-154.
5. Фатхутдинов Р.А. Основные подходы к анализу внешней среды предприятия // Проблемы теории и практики управления. - 2018. - № 3. - С. 30-36.

КОНЦЕПЦИЯ ВНУТРЕННЕГО МАРКЕТИНГА КАК ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ

И.А. БОЛИЕВА

кандидат экономических наук,
доцент кафедры «Экономики и управления»

И.И. АСАДОВ

студент магистратуры первого курса
«Северо-Кавказский горно-металлургический институт
(государственный технологический университет)»
г. Владикавказ

В данной статье рассматривается концепция внутреннего маркетинга как элемента системы управления персоналом, предполагающая развитие клиентоориентированности персонала, формирование конкурентных преимуществ и повышение конкурентоспособности организации.

Ключевые слова: внутренний маркетинг; управление персоналом; конкурентные преимущества; конкурентоспособность.

Постоянно повышающаяся конкуренция и непостоянность окружающей среды, преобразование взаимоотношений всех участников рынка, изменение системы предпочтений у потребителей, все эти элементы значительно увеличивают роль внутренних факторов в обеспечении конкурентоспособности организации. Важнейшим аспектом является формирование в компании концепции внутреннего маркетинга, не без помощи которого она значительно повышает свои способности качественно обслуживать, а значит, и эффективно удерживать на рынке внешних потребителей, и тем самым обеспечивать себе устойчивое и стабильное конкурентоспособное превосходство на рынке.

Внутренний маркетинг считается одним из основных нынешних инструментов маркетинга, более часто применяемого в работе с рабочим персоналом и в управлении качеством. Эффективные способы внутреннего менеджмента сильно популярны в условиях активной конкурентной борьбы на рынке, в особенности, когда российские компании пытаются соперничать с главными конкурентами из зарубежья, которые давно и эффективно пользуются этими инструментами.

Изучив и проанализировав научные статьи на данную тему, из всех употребляемых значений внутреннего маркетинга выявили Л. Берри и А. Парасураман: «Внутренний маркетинг» - это привлечение, развитие, мотивация и удержание рабочего персонала предлагаемой им работой, удовлетворяющей все их требования. «Внутренний маркетинг» - это философия отношения к сотруднику как к клиенту и стратегия создания работы-продукта в соответствии с требованиями сотрудника-клиента [2].

Внутренний маркетинг используется организациями вне зависимости от того, в какой сферы деятельности работает компания, с целью увеличения свойства товара и обслуживания покупателей, и для большего повышения мотивации собственного рабочего персонала.

М. Брун устанавливает внутренний маркетинг как "регулярную оптимизацию внутрифирменных действий по средствам рекламного и кадрового маркетинга, приводящую к превращению маркетинга в философию компании благодаря последовательной и единовременной ориен-

тации на клиента и сотрудников" [1]. Следовательно, внутренний маркетинг основывается на том, что отношение компании и ее трудового персонала выстраиваются на тех же условиях, что и взаимоотношения компании с их покупателями: компания дает "продукт" - определенную должность, подразумевающую конкретные прямые обязанности и полномочия, а сотрудник "приобретает" данный продукт, выплачивая за это собственной работой в этой организации.

Данная интерпретация внутреннего маркетинга по сути приближает данное представление к управлению рабочим персоналом и затрагивает главные основы формирования корпоративной культуры, что содействует внушительному увеличению мотивации сотрудников организации, их ответственности за результаты, полученные в ходе проделанной работы, лояльности и уверенности в конкурентоспособности продуктов, производимых данной организацией. В конечном результате всё это отображается в исполнении персоналом всех своих главных обязательств.

Непосредственно через работников организации покупатель и партнеры компании приобретают всю объективную и нужную информацию о предприятии и производимой продукта, конкурентоспособных преимуществах и концепциях стимулирования сбыта. Лояльные и хорошо мотивированные работники, убежденные в высокой конкуренции компании и ее товаров, существенно увеличивают размеры продаж, продвигают наиболее новейшие разновидности продукта, популяризуют бренды компании, а самое важное, что всё данное они делают с удовольствием и искренним желанием поспособствовать покупателю.

Но все вопросы компании внутреннего маркетинга замыкаются на службах управления персоналом и менеджмента (рис. 1). Из этого следует, для более эффективной реализации функций внутреннего менеджмента следует узкая связь среди всех этих служб, которые становятся не только идеологами и разрабатывают определенные программы и инструменты, но и их главными исполнителями. А главную и самую высокую ответственность за разрешение координационных проблем несет топ-менеджмент организации.

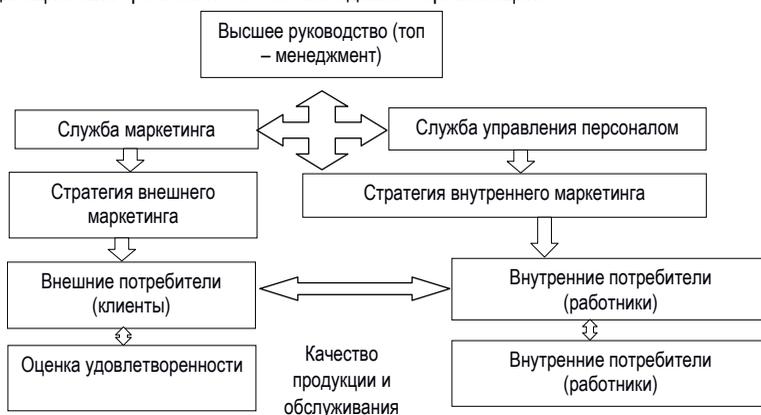


Рис. Место внутреннего маркетинга в обеспечении удовлетворенности конечных потребителей продукции и услуг организации

Целью внутреннего менеджмента свойственна философия и способы традиционного менеджмента в работе с сотрудниками. Есть возможность анализировать персонал компании в качестве внутреннего целевого рынка, подразделяя его на секции, для того чтобы исследовать все главные особенности каждой взятой секции отдельно. Удовлетворение всех рабочих прихотей и нужд персонала организации осуществляется по результатам проделанных исследований

по этому вопросу. А сотрудники взамен трудятся, обеспечивая качественные и высочайшие стандарты обслуживания внешнего покупателя.

Функциями внутреннего менеджмента считаются: изучение удовлетворенности всех сотрудников своей работой; разработка важнейших стандартов обслуживания покупателей внутри компании; развитие маркетинговой ориентации сотрудников в процессе коллективных семинаров, тренингов и обучения; популяризация внутри компании ее основного продукта, распространение данных о всех ее главных преимуществах, и высококачественной технологии изготовления [7].

Изучение уровня удовлетворенности работников организации имеют все шансы представить все сведения о потребностях и пожеланиях внутренних покупателей, которые, как правило, делятся на два уровня: к основному уровню принадлежат потребности, связанные с критериями труда (должность, оплата, график работы и т.д.). К другому уровню принадлежат требования и желания, связанные с принятием услуг от своих внутренних "поставщиков" - коллег, работников иных отделов и подразделений фирмы, руководства, что оказывает влияние на качество рабочей деятельности. Таким образом, внутренний менеджмент обязан быть направлен на создание благоприятных условий рабочей деятельности и управление взаимоотношениями внутри компании.

Внутренний менеджмент, анализируемый ровно как концепция взаимоотношений с персоналом компании согласно увеличению качества предоставляемых услуг, требует решения данных задач:

- получение данных о работе персонала, его взаимоотношения с покупателями;
- точное определение потребностей внутренних покупателей;
- понимание и утверждение работником идее;
- меж функциональный сочетание управления персоналом и менеджмента с целью оптимизации синергетических возможностей мотивированных сотрудников;
- формирование, стабильного рабочего персонала с дисциплиной и, в наилучшем случае, персонала с значительной степенью ответственности и предприимчивости, требуемых при работе с покупателями.

По аналогии с традиционным маркетингом и моделью 4P, внутренний менеджмент содержит последующие элементы [7]:

- внутренний продукт - это рабочая деятельность, предлагаемая организацией работнику. Разработка продукта состоит в выборе оптимального персонала, внутреннем обучении, формировании условий для работы.
- стоимость внутренней продукции - это альтернативная цена выбранной работы (оплата труда). Данный элемент внутреннего менеджмента определяется степенью мотивации сотрудников, и проявляется не только лишь в валютном эквиваленте, однако предполагает присутствие подобных нюансов как вероятность карьерного роста, удовлетворенность от работы в коллективе, внутрифирменные мероприятия, тренинги и пр.;
- место - метод доведения внутреннего продукта. Данный компонент внутреннего менеджмента предполагает, что следует грамотно распределять персонал внутри компании;
- развитие внутреннего продукта - это создание культуры, которая способствует удовлетворению всех требований внутренних покупателей, формирование концепции эффективных отношений среди внутренних покупателей и внутренних поставщиков, среди внутренними клиентами и внешними клиентами, развитие коммуникаций внутри компании и пр.

А значит, последовательное и осознанное использование внутреннего менеджмента дает возможность компании достичь конкурентоспособного преимущества, увеличивая в разы качество продукции, и улучшать этим свое положение на рынке.

Выделяют четыре основных стадии лояльности [2].

1. Стадия адаптации. В данный период сотрудника тревожит насколько он быстро освоит работу (особенно, если работа неизвестна). По этой причине в данный промежуток времени за сотрудником закрепляется руководитель, целью которого является обучение новичка абсолютно всем тонкостям дела, и со временем ознакомить с нормами и правилами внутрифирменного поведения, постепенно привлекая в команду.

2. Стадия первоначальной (ложной) лояльности. На данном периоде необходимо активно оказывать влияние на мотивацию сотрудника, ознакомить его с корпоративной культурой. Тут станут результативны тренинги согласно развитию корпоративной культуры, мотивирующие тренинги. Так же активно включать человека в компанию и осуществлять мероприятия внутри компании (праздники, презентации, конференции), приступить к обучению всем нужным профессиональным навыкам (продажам, переговорам, деловом общении). Именно на данной стадии ведутся тренинги командообразования, нацеленные на повышение взаимодействия сотрудников, совершенствующие коммуникации внутри компании.

3. Стадия принадлежности к компании. В данный период и совершается процесс "покупки" сотрудником собственной организации. Он чувствует себя частью команды, активно работает. Ведет разработку стратегий, берет на себя самостоятельные независимые решения. Становится активным защитником коллективных ценностей, как в глазах сотрудников, так и в глазах покупателей. Проявляет качества лидера, способен повести за собой других. Подобного сотрудника можно привлечь уже в качестве руководителя.

4. Стадия истинной лояльности, приверженности. Как правило люди, добравшиеся до четвертой стадии, уже представляют ключевые роли в компании. Человек на данной стадии никак не способен разделять себя от компании и чувствует себя ее незаменимой составляющей. Он стремительно развивает собственную компанию. Подобной степени лояльности можно достигнуть в случае, если организация регулярно развивается и в ней имеются возможности для роста персонала.

Внутренний маркетинг тесно связан с новым направлением в маркетинге [6]. Согласно маркетингу отношений, компании выгодно иметь невысокий процент постоянных клиентов с долгосрочными отношениями, полученная прибыль от которых составляет наивысшие показатели от всей суммы прибыли. Поэтому лучше развивать и поддерживать маркетинговые отношения с компаниями, которые настроены на долгосрочное сотрудничество, чем тратить маркетинговые и финансовые средства на получение нового "одноразового" клиента.

Список литературы

1. Брун М. Внутрифирменный маркетинг к элементарной ориентации на клиента // Проблемы теории и практики управления. -1996. - № 6. - С. 66.
2. Лянцевич М. Внутренний маркетинг и качество в сфере услуг / М. Лянцевич. - М.: Академия, 2007.
3. Новаторов Э.В. Аудит внутреннего маркетинга методом анализа "важность - исполнение" // Маркетинг в России и за рубежом. -2008.- № 1.
4. Лазарева Н.В., Фурсов В.А. Мотивационные механизмы развития персонала: сущность, содержание, состав // Наука и инновации 2010: материалы Международной конференции.-Варшава: Наука и образование, 2010.
5. Фурсов В.А., Лазарева Н.В. Управление мотивационным развитием персонала транспортной организации : монография. - Ставрополь : Ставролит, 2011. - 124 с.
6. Фурсов В.А. Маркетинг взаимоотношений как современная концепция управления сервисной деятельностью // Развитие инновационных направлений в образовании, экономике, технике и технологиях: сборник материалов Межвузовской научно-практической конференции. - Часть I. - Ставрополь: ТЭСЭРА, 2011.
7. Фурсов В.А., Лазарева Н.В. Внутренний маркетинг как инструмент управления персоналом организации // Вестник СевКавГТУ. - Ставрополь : СевКавГТУ, 2012. - № 2. - С. 218-222.

БЕРЕЖЛИВОЕ ПРОИЗВОДСТВО В УПРАВЛЕНИИ ПРЕДПРИЯТИЕМ

А.А. БУДНИКОВ

студент

Сибирский государственный университет путей сообщения
г. Новосибирск

В статье рассмотрена технология оптимизации процессов производства для повышения эффективности и увеличения производительности труда. Приведены понятие, принципы и инструменты, характеризующие особенности применения и условия внедрения технологии в управление предприятием.

Ключевые слова: управление предприятием, бережливое производство, метод.

Lean-technology - это эффективный и быстроразвивающийся подход в мире конкурентной борьбы. Lean-technology применяется с целью оптимизации производственных процессов для повышения эффективности и увеличения производительности. Главной задачей бережливого производства является удовлетворение потребностей клиентов с высоким качеством и низкой стоимостью. Эта техника не только находит причины потерь, но также помогает в их устранении с помощью отмеченных принципов и рекомендаций. В данной статье основное внимание уделено обсуждению концепции бережливого производства для повышения производительности, качества и снижения стоимости продукта. А также рассмотрим инструменты, используемые для снижения потерь. Бережливое производство - это прогрессирующий процесс для оптимизации производства и увеличения производительности. Данная технология не ограничивается только производственным сектором, ее можно применять в любой области от семьи до компаний, исследующих космос [3].

Фундаментом технологии Lean-technology является сведение затрат на научно-исследовательскую работу к минимуму, на протяжении всей разработки продукта и производства посредством последовательности бизнес-процессов. Львиную долю расходов компания несет на стадии разработки продукта. В основном инженеры отдают предпочтение проверенным, безопасным, надежным материалам и процессам. Это снижает угрозу некачественного продукта на выходе, но увеличивает экономические риски и уменьшает доходы. В крупных предприятиях работают отделы, которые прорабатывают перечни, по которым определяется востребованность промышленных товаров на рынке. Организация на стадии «зародыша» продукта прорабатывает его совместно с отделом рекламы, маркетинга, а также представителями клиентов для устранения дорогостоящих компонентов. Могут быть разработаны совместные модели, такие как универсальные источники питания или общие автоматические компоненты или крепежные детали [2].

Придерживаясь определенных правил, можно значительно сократить расходы. Например, изменениям может быть подвергнуто программное обеспечение, такое бесхитрое решение может повлиять на конечную стоимость продукта. Другой подход заключается в том, чтобы оптимизировать производственные траты, к примеру, определить методы подключения и потребления энергии, и, если есть возможность, проработать стратегию по удешевлению. Главная мысль заключается в развитии гибкости, надежности и уровне производительности предприятий на международной арене [1].

Основными инструментами технологии Lean-technology являются такие методы внедрения бережливого производства, как «Канбан», «5s», «Всеобщий уход за оборудованием», «Быстрая переналадка», «Поток единичных изделий», «Кайдзен», «Метод предотвращения» [4].

Метод «Канбан» характеризуется тем, что на базе годового плана производства составляются месячные и оперативные планы среднесуточного выпуска, основанные на прогнозировании покупательского спроса. Применимо исключительно для предприятий связанных с производством. Условия внедрения: сильная скалярная цепь между подразделениями и согласованный со всеми подразделениями производственный план.

5s - это пять шагов улучшения бизнес процессов предприятия, задействуется для каждого рабочего места: сортировка, соблюдение порядка, содержание рабочего места в чистоте и порядке, стандартизация, совершенствование. Применимо в сфере услуг и производства. Условия внедрения: системный подход к внедрению бережливого производства, контроль над соблюдением каждым сотрудником на постоянной основе.

Метод всеобщего ухода за оборудованием характеризуется тем, что сотрудники следят и обслуживают оборудование, на котором работают сами. Применимо в сфере услуг и производства. Условия внедрения: обучение сотрудников соблюдению требований и разработка системы штрафов за несоблюдение условий эксплуатации оборудования.

Метод быстрой переналадки характеризуется сокращением издержек и потерь посредством переналадки или переоснащения оборудования. Применяется исключительно в организациях связанных с производством. Условия внедрения: обозначение компетенций в нормативных документах и проведение учебных мероприятий для сотрудников.

Метод потока единичных изделий характеризуется сокращением расходов, которое достигается посредством перехода с массового производства к потоку единичных изделий или стремится уменьшить размер партий до минимума. Применяется исключительно в организациях связанных с производством. Условия внедрения: наличие эффективной производственной системы в организации, сокращение запасов внутри производства, оптимизация производственных процессов за счет сокращения издержек на хранение продукции незавершенного производства.

Метод «Кайдзен» характеризуется непрерывной модернизацией, как производственной части, так и руководящего состава. Постоянное улучшение стандартных действий и процессов. Цель - производство без потерь. Применимо в сфере услуг и производства. Условия внедрения: формирование кадрового резерва и системы поощрения сотрудников за выполнение плана раньше поставленного срока.

Метод предотвращения характеризуется предотвращением неверных действий человека в отношении предметов пользования при обслуживании или изготовлении. Применимо в сфере услуг и производства. Условия внедрения: личная ответственность сотрудника за введенное ему оборудование и проведение учебных мероприятий.

Дальнейшее изучение инструментов технологии Lean-technology будет способствовать внедрению концепции бережливого производства в управление предприятиями, чтобы повысить их производительность, эффективность и качество продукции. Бережливое производство может стать основой для развития предприятий с убытками.

Список литературы

1. Вумек Д. П., Джонс Д. Т. Бережливое производство. Как избавиться от потерь и добиться процветания вашей компании. М.: Альпина Бизнес Букс, 2017. 192 с.
2. Деннис П. Хоббс. Внедрение бережливого производства: Практическое руководство по оптимизации бизнеса. М. Издание: Гревцов Паблишер, 2017. 235 с.
3. Лившиц В. Век бережливого производства. М: ИКСИ, 2017. 113 с.
4. Маскелл Б., Баггали Б. Практика бережливого учета: управленческий, финансовый учет и система отчетности на бережливых предприятиях. М.: Институт комплексных стратегических исследований, 2016. 384 с.

© А.А. Будников, 2018

СПЕЦИФИКА РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ ЖЕНСКОЙ ОДЕЖДОЙ И ЕЕ УЧЕТ ПРИ РАЗРАБОТКЕ ИНТЕРНЕТ-МАГАЗИНА

Д.В. ВОРОНЦОВА

студент

Научный руководитель

А.Н. КАДИЛЕНКО

кандидат экономических наук, доцент

Самарский государственный социально-педагогический университет

г. Самара

В статье представлена статистика объема продаж одежды в России, мотивы приобретения женской одежды, рейтинг наиболее популярных интернет-магазинов одежды. Отражена специфика торговли женской одеждой, которую необходимо учитывать при разработке интернет-магазина.

Ключевые слова: розничная торговля, интернет-магазин женской одежды, мотивы покупок.

Число женщин в России заметно превышает количество мужчин (мужчины - 68,1 млн чел. (46%), женщины - 78,8 млн чел. (54%) [4] по данным Федеральной государственной статистики за 2018 г.). Женщины являются преданными поклонницами шопинга. Стремление приобрести новую одежду и аксессуары у женщин выражено значительно ярче. Сам процесс выбора изделий и примерки доставляет им удовольствие. Вероятно, именно поэтому торговля женской одеждой не перестает приносить доход предпринимателям даже в кризисные периоды.

Шопинг остается одним из наиболее распространенных способов борьбы со стрессом. Российские женщины не отказываются от покупок даже в стесненных финансовых условиях. Экономический кризис, конечно, повлиял на отрасль, однако падение объемов в первый год после обесценивания рубля составило лишь 10 % [3]. В 2016-2017 гг. имел место восстановительный рост продаж одежды. В 2017 г. он был особенно стремительным и составил 16,5 % к уровню 2016 г. Объем продаж в 2017 г. превысил значение предкризисного 2014 г. Объяснением данного факта может служить то, что в 2017 г. покупатели удовлетворяли не только текущие потребности в одежде, но и те, которые остались нереализованными в 2015-2016 гг. из соображений экономии [2].

Причиной снижения объемов продаж одежды стало удорожание продукции. По данным отечественных агентств, цены увеличились на 12-15 %. Иностранные исследовательские центры заявляют о росте в 30-40 %. Столь серьезная разница обусловлена отличием подходов. Зарубежные аналитики выражают итоги в американских долларах, ведь российский рынок на 70 % зависит от импорта. Наши эксперты измеряют отклонения в рублях [3].

Начинающему предпринимателю рекомендуют детально изучить особенности поведения потенциальных покупателей. Посетителями магазинов одежды являются женщины в возрасте от 20 до 55 лет. Дамы преклонного возраста делают покупки в 2-3 раза реже, руководствуясь скорее необходимостью, нежели желанием. Ранжированный перечень мотивов приобретения женской одежды в России представлен на рисунке.



Рис. Мотивы приобретения женской одежды в России [3]

Таким образом, определяющими критериями в выборе изделия являются цена, внешний вид и практичность. Покупательницы стали значительно менее внимательными к модным течениям. На первый план вышел индивидуальный стиль.

Наиболее популярные интернет-магазины женской одежды представлены в таблице. Рейтинг составлен на основе обзоров портала «МаркаКачества». При отборе были учтены следующие факторы: отзывы покупателей; зона, время доставки; качество одежды; стоимость; ассортимент.

Топ-5 интернет-магазинов женской одежды России [1]

| Место в рейтинге | Наименование | Адрес веб-сайта |
|------------------|--------------|---|
| 1 | Lamoda | https://www.lamoda.ru |
| 2 | Wildberries | https://www.wildberries.ru |
| 3 | KupiVIP | https://www.kupivip.ru |
| 4 | Roxy | https://www.roxy-russia.ru |
| 5 | Bonprix | https://www.bonprix.ru |

Для Интернет-магазина женской одежды необходимо учитывать фактор сезонности, которой подвержен спрос в этой нише. Например, спрос на летние платья растет весной, а пик приходится на начало лета, но осенью и зимой трафик и количество покупок могут сильно снижаться.

Также необходимо отметить следующие моменты, на которые стоит обратить внимание при разработке Интернет-магазина женской одежды:

- обязательное добавление на сайт таблицы размеров, чтобы помочь покупателю заранее проверить, подойдет ли ему покупаемый товар, причем ссылка на размерную сетку должна быть именно в карточке товара. Так будет уменьшено количество возвратов;

Развитие теории и практики

Экономический рост в России в последние десятилетия позволил вывести на рынок большое количество гостиничных брендов как российских, так и зарубежных. Туристы зачастую теряются в многообразии предлагаемых гостиничных продуктов и услуг. Оптимальным решением данной проблемы является создание бренда, благодаря которому гостиничное предприятие запоминается потребителю, что позволяет получить конкурентное преимущество. Кроме того благодаря устойчивому бренду гостиничные предприятия могут повысить цену и получить прибыль от реализации своего гостиничного продукта и таким образом вернуть деньги, потраченные на создание и продвижение бренда. Таким образом, создание такого нематериального актива гостиничного предприятия как бренд становится ключом к управлению потребительской лояльностью и повышению экономической эффективности деятельности гостиничного предприятия. Однако управление таким активом требует постоянной поддержки и значительных финансовых затрат. Это не является существенной проблемой для сетевых гостиничных предприятий, в которых консолидация усилий по поддержанию бренда включает и создание единого бюджета на продвижение.

Для небольших и локальных гостиничных предприятий, особенно в период кризиса, работа по продвижению бренда гостиничного предприятия проводится с учетом сокращения бюджетов. Деньги на поддержание бренда во многих гостиничных предприятиях перестали выделять. Это ставит перед менеджерами, управляющими гостиниц и маркетологами жесткие вопросы [4]:

- как сделать бренд, поддерживающий продажи в условиях снижения бюджета на продвижение;
- какие элементы бренда гостиничного предприятия актуально поддерживать;
- какие решения помогут продвигать бренд на рынок и обеспечивать продажи гостиничных услуг.

Брендинг в гостиничном бизнесе - это технология создания и продвижения фирменных (марочных) гостиничных услуг, деятельность по формированию долгосрочного предпочтения к ним, основанная на усиленном воздействии на выделенный сегмент потребителей товарного знака, торговой марки, рекламной аргументации, материалов и мероприятий стимулирования сбыта; оформлению и организации мест продажи услуг, а также других элементов и акций в сфере рекламной деятельности, объединенных определенной идеей, которые выделяют услуги организации среди конкурентов, создают ее образ, подчеркивают позицию и уникальность. Благодаря брендингу продукция становится воплощением фирменности.

Основной задачей брендинга организации индустрии гостеприимства является формирование и дальнейшее развитие у потребителя положительных, позитивных ассоциаций, связанных с ее торговой маркой.

В условиях экономического кризиса и динамичного роста цен на продукты питания и непродовольственные товары меняется структура потребительского спроса [2]. Если рассматривать структуру ценностей российских и зарубежных потребителей гостиничных услуг, то можно прийти к выводу, что она схожа и за последнее время не изменилась, но, в условиях экономической нестабильности, увеличения предложения и тенденции к стандартизации гостиничного продукта, цена является основным выборобразующим критерием принятия решения о покупке. Но, тем не менее, нужно учитывать, что в туризме мотивы покупателей также как и стратегии покупательского поведения имеют значительную дифференциацию. Эта особенность требует проведения анализа структуры и ценно-

стей бренда для принятия эффективных решений по дальнейшей поддержке бренда. Четкость и обоснованность коммуникаций гостиничного предприятия позволит, в том числе существенно снизить бюджет на продвижение и поддержку бренда и, как следствие, сохранить лояльных клиентов гостиничных предприятий.

Проблему определения структуры и актуальны элементов бренда позволяет решить координатная модель «управление брендом», включающая все необходимые измерения и оценки воздействия коммуникаций на потребителей, Дэвида А. Аакера, которая оценивает капитал бренда на основе следующих активов: информированность (идентификация), лояльность, воспринимаемое качество и ассоциации с брендом.

На стадии формирования маркетинговой стратегии гостиничного предприятия осуществляется выбор целей маркетинговой деятельности и путей их достижения. Применительно к многообразным рынкам и тем или иным гостиничным продуктам стратегии маркетинга могут быть различны. Первостепенным их фактором является ориентация на оптимальное использование ресурсов предприятия и предотвращение снижения эффективности его функционирования [3].

Для осуществления этого подхода необходимо подобрать эффективные малобюджетные действия, направленные на сохранение продаж, такие как:

- использование недорогих каналов коммуникаций (интернет, BTL и др.);
- изменение коммуникативной стратегии;
- проведение семинаров, круглых столов.

Особую роль в создании и укреплении отношений между потребителем и брендом выполняют программы, способные создать лояльность к бренду опосредованным путем. В этой связи большое значение имеют программы для постоянных клиентов и, в частности, для клубов потребителей.

Программы, обеспечивающие лояльность потребителей к бренду гостиничного предприятия особенно тех, кто часто пользуется услугами гостиницы, т.е. является постоянным клиентом данной гостиницы [1]. Такие программы могут включать как традиционные для большинства рынков товаров и услуг дисконтные карты, бонусы, накопление баллов, так и системы кастомизации и конструирования персонализированного гостиничного продукта, обеспечивающих высокий уровень сервиса для ключевых клиентов.

Брендинг гостиничного предприятия обеспечивает эффективное управление взаимоотношениями с потребителями гостиничного продукт, способствует повышению его конкурентоспособности и обеспечивает его рост и развитие на современном этапе развития рынков туризма и гостеприимства.

Список литературы

1. Климова, Э.Н., Алимбиева, А.С. Рынок гостиничных услуг г. Новосибирска: современное состояние, тренды / Э.Н. Климова, А.С. Алимбиева // Туризм: гостеприимство, спорт, индустрия питания : Материалы II Всероссийской научно-практической конференции. - 2016. - С. 105-107.

2. Леушина О.В., Зотова Е.Г. Обзор потребительского рынка г. Новосибирска в разрезе отдельных товарных групп // Активизация интеллектуального и ресурсного потенциала регионов. Материалы IV Всероссийской научно-практической конференции. 2018. - С. 15-20.

3. Леушина О.В., Зотова Е.Г. Проектирование и внедрение нового турпродукта // Россия и Европа: связь культуры и экономики: Материалы XXII международной научно-практической конференции. 2018. - С. 220-222.

4. Нюрнбергер, Л.Б., Алимбиева, А.С. Особенности функционирования рынка гостиничных услуг г. Новосибирска / Л.Б. Нюрнбергер, А.С. Алимбиева // Проблемы экономической науки и практики : сборник научных трудов. - Новосибирск, 2017. - С. 148-152.

© М.А. Глинская, 2018

SWOT-АНАЛИЗ СРЕДЫ ООО «ИНДУСТРИЯ ПИТАНИЯ»

А.Д. ДАНИЯРОВА

студент

А.В. КИРееВА

студент

«Кемеровский государственный университет»

г. Кемерово

В статье описан SWOT-анализ, как метод оценки и повышения конкурентоспособности предприятия; применен рассматриваемый метод на предприятии ООО «Индустрия питания», на основании чего разработана стратегия и план действий.

Ключевые слова: SWOT-анализ, возможности, угрозы, повышение эффективности, сила, слабость.

Экономика страны функционирует в условиях неограниченной конкуренции с максимальной эффективностью. Конкурентоспособность предприятия - это его возможности, потенциал, а также динамичность приспособления к рыночным отношениям. Пути повышения конкурентоспособности предприятия в этих условиях определяются только повышением качества продукции, снижением цен на товары и услуги, внедрение инновационных технологических процессов, поиском новых возможностей. [2].

Для анализа сильных и слабых сторон любого предприятия во всем мире широко используется метод SWOT-анализа. Этот метод помогает сбалансировать свои внутренние сильные и слабые стороны с теми благоприятными возможностями и факторами угрозы, с которыми придется столкнуться предприятию, определить не только возможности предприятия, но и все доступные преимущества перед конкурентами.

SWOT-анализ, можно использовать не только на микроуровне, но и также на мезо- и макроуровне при разработке сценариев развития экономики в целом или ее отдельных элементов. Так, например, далее показывается возможность использования SWOT-анализа при разработке сценариев развития малого бизнеса - исключительно важного в условиях рынка элемента экономической системы на региональном уровне. [1].

Основная идея методики SWOT-анализа заключается в попытке расчетным путем определить, насколько каждый из возможных путей развития сможет повлиять на успех текущих, тактических и стратегических бизнес процессов предприятия. При ранжировании угроз в матрице SWOT-анализа по степени воздействия предполагается определить расчетное время, при котором предприятие достигнет определенной степени разрушения, и чем скорее будут ухудшаться показатели экономической деятельности, тем следует больше внимания обратить на устранение данной угрозы. После полного завершения работ, основанного на SWOT-анализе и связанного с выявлением наибольших угроз деятельности предприятия и определения приоритетных направлений развития, сулящего наибольший экономический эффект при имеющихся финансовых и людских ресурсах, начинается следующий этап по оптимизации работ персонала. [3].

Далее рассмотрим на применении предприятия ООО «Индустрия питания» (см. таблицу)

SWOT-анализ среды ООО «Индустрия питания»

| | |
|---|--|
| <p>СИЛЬНЫЕ СТОРОНЫ:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Высококвалифицированный персонал; 2. Хорошая репутация у покупателей 3. Широкий ассортимент, в том числе и собственной продукции; 4. Высокий уровень сервиса; 5. Индивидуальный подход к каждому покупателю | <p>СЛАБЫЕ СТОРОНЫ:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Недостатки в рекламной политике; 2. Средний уровень цен; 3. Нет достаточно четких стратегических направлений |
| <p>ВОЗМОЖНОСТИ:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Выход на новые рынки сбыта; 2. Расширение объема собственной продукции; 3. Появление новых поставщиков; 4. Совершенствование технологии производства; 5. Разорение и уход основных фирм-конкурентов; | <p>УГРОЗЫ:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Приход новых потенциальных конкурентов; 2. Изменение покупательских предпочтений; 3. Снижение уровня жизни населения в небольшом городе Топки; 4. Увеличение конкурентных преимуществ со стороны конкурентов |
| <p>СИЛА И ВОЗМОЖНОСТИ:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Необходимо использовать технологический и трудовой потенциал организации для завоевания новых рынков в г. Топки. 2. Высокая квалификация персонала, контроль качества, неудачное поведение конкурентов. 3. Четкая стратегия предприятия позволит использовать все имеющиеся возможности. | <p>СИЛА И УГРОЗЫ:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Привлечение новых покупателей позволит удержаться на уже освоенном рынке и не допустить прихода конкурентов. 2. Известность гипермаркета защитит от конкурентов и добавит дополнительных преимуществ в конкуренции. 3. Достоверный мониторинг позволит уловить изменения вкусов потребителей |
| <p>СЛАБОСТЬ И ВОЗМОЖНОСТИ:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Гипермаркет устраняет слабые стороны путём проведения маркетинговых исследований потребностей и финансовых возможностей населения в целях определения сегмента потребителей, а также проведения широкой рекламной кампании | <p>СЛАБОСТЬ И УГРОЗЫ: 1</p> <p>.От собственников предприятия требуется пристальное внимание к качеству и конкурентоспособности реализуемых товаров</p> |

Для ООО «Индустрия питания» после проведенного анализа наиболее значимыми и вероятными оказались возможности расширения доли рынка, расширение ассортимента и разработка нового направления по продаже сопутствующих товаров.

После позиционирования угроз было выявлено, что: к критическому состоянию фирму могут привести либо выход в отрасль большого числа конкурентов и коренное изменение вкусов потребителей; к разрушению компании или ее выходу из отрасли может привести ограничительная политика государственных органов, например, увеличение транспортных тарифов, изменение правил торговли.

Стратегией предприятия будут являться:

1. Использование гибкой ценовой тактики.
2. Увеличение расходов на рекламу.
3. Поиск более узких ниш, в которых оно имеют конкурентное преимущество.

План действий:

1. Повысить цены на популярные новинки и сократить на другие товары.
2. Регулярно давать рекламные объявления в местных газетах и по местному радио о проводимых акциях, появлении новых товаров.

Список литературы

- 1 Павлов, К. В., Андреев И. Г. SWOT-анализа малого предпринимательства как условие разработки сценариев развития экономики региона / Региональная экономика: теория и практика. 2009. №17.С. 2-7.
- 2 Чайников, В. Н. Концептуальная модель управления стратегической конкурентоспособностью предприятия / В. Н. Чайников // Вестник Чувашского университета. - 2011. - № 2. - С. 498-500.

УДК 338.1

ТРАНСФОРМАЦИЯ МЕНЕДЖМЕНТА И ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В КОНТЕКСТЕ ПРОИСХОДЯЩИХ ГЛОБАЛЬНЫХ ТЕХНОЛОГИЧЕСКИХ И СОЦИОКУЛЬТУРНЫХ ИЗМЕНЕНИЙ

А.П. ЖАБИН

доктор экономических наук, профессор,
заведующий кафедрой менеджмента

Самарский государственный экономический университет
г. Самара

Рассматриваются основные тренды развития теории и практики менеджмента и предпринимательства, лежащие в их основе идеи и обуславливающие факторы. Описываются новые инструменты управления и новые формы организации научных исследований в области менеджмента. Показывается особо важная роль культуры управления и предпринимательства, раскрывается ее содержание и проблемы детерминации.

Ключевые слова: глобализация идей и инструментов менеджмента, цифровизация управления, умные системы управления, культура управления, культура предпринимательства.

Менеджмент во все мире стремительно меняется. Скорость и масштабы изменений дают основания для квалификации этого процесса как трансформационного. От того, насколько быстро и правильно эта трансформация будет осознана и воспринята как императив в организации управленческих процессов и структур, в решающей степени зависит не только продуктивность, но и выживание многих организаций. В конкурентной борьбе выживут и добьются успеха именно те организации, которые вписались в современные тренды развития менеджмента и предпринимательства.

В качестве главного тренда можно назвать: радикальное изменение приоритетов и фокуса внимания менеджмента относительно целей и ресурсов (в число внешних приоритетов вошли устойчивое развитие и социальная ответственность бизнеса, внутренними приоритетами стали управление человеческими ресурсами и производство знаний и инноваций, разработка и использование умных систем управления). Производными от них стали такие тренды, как существенное усиление горизонтальных связей (сетевизация) в системах управления и соответствующее ослабление роли «вертикали» (так называемый «менеджмент без иерархии»), широкое использование технологий процессного и проектного управления.

В рамках отмеченных трендов появились и масштабно развиваются новые инструменты менеджмента, такие как искусственный интеллект, agile, использование больших баз данных (big data), кластерный анализ и множество других.

Всему этому способствовали стремительно ускоряющийся прогресс информационных технологий (получивший в новоязе название «цифровизация») и глобализация

управленческой мысли (и в области теории, и в области практики менеджмента). Получили развитие и новые формы организации научных исследований в области менеджмента, такие как междисциплинарный подход, межвузовская (в том числе межстрановая) кооперация, партнерства «бизнес - университет», базы знаний и т.п.

Можно, конечно, взглянуть на этот процесс иначе, как это делает, например, профессор Гарвардского университета Гэри Хэмел. В своей книге «Будущее менеджмента» он утверждает, что «по сравнению со стремительными изменениями в технологической сфере, стиле жизни и геополитике, свидетелями которых мы были последние полвека, практика управления эволюционирует, похоже, со скоростью улитки... Менеджмент словно замер на одном месте...» [1, с. 18].

И действительно, отмечаемые им некоторые базовые характеристики менеджмента как процесса принятия и обеспечения реализации управленческих решений для сохранения и развития управляемых систем в динамичной и турбулентной среде практически не изменяются или изменяются очень медленно. Хотя иерархии стали более плоскими, но они не исчезли совсем. Менеджеры нижнего звена, как и прежде, назначаются вышестоящими руководителями. Стратегия по-прежнему вырабатывается наверху. А приказы, как и раньше, отдают большие чины с еще большими зарплатами [Там же].

Все это так, с приведенными констатациями нельзя не согласиться. Но дают ли они достаточные основания для вывода о паллиативном характере и о критической недостаточности осуществляемых изменений? Ведь далее из этого вывода следует и другой - о необходимости революции в менеджменте. Именно это заявляется в указанном труде Гэри Хэмела, а также в работах некоторых других авторов, в том числе в высказываниях сегодняшнего российского гуру менеджмента Германа Грефа [см.2, с.10].

Опыт практических преобразований систем управления как в России, так и в зарубежных странах показывает, что это очень важный и проблемный вопрос. От скорости преобразований и степени их радикализма зависит очень многое. От резких переменов зачастую негативных последствий оказывается больше, чем пользы. Помимо социальных напряжений радикализм управленческих изменений влечет за собой также риски потери управляемости, что по понятным причинам не может быть приемлемым ни для бизнеса, ни для государств. Поэтому нынешний все более наполняющийся и ускоряющийся поток изменений сам по себе становится управленческой проблемой. Трансформационный поток должен быть социально приемлемым, контролируемым и управляемым.

Как отражение этой практической потребности в рамках теории менеджмента стало формироваться новое научное направление - управление изменениями. И хотя оно имеет еще сравнительно недолгую историю, в его рамках сделаны важные и практически ценные исследования и разработки. Пионером в этих исследованиях считается К.Левин, разработавший и опубликовавший в 1951 г. известную сейчас всем модель организационных изменений [см.3, с.7-10]. Разработке теоретических и прикладных аспектов исследований в области управления изменениями посвятили свои труды также такие видные теоретики менеджмента как П.Друкер [4], И.Адизес [5], а также авторы из сферы консалтинга [см., например, 6]. В России такие исследования стали проводиться позже [см. 7,8].

Наиболее плодотворными и признанными направлениями оказались исследования вопросов жизненного цикла организаций и инструменты и тактика руководства преобразованиями в компаниях, особенно в части преодоления сопротивления персонала. В этих областях были сделаны интересные и очевидно полезные разработки. Однако, с сожа-

лением приходится отмечать, что реальные изменения в деятельности бизнес-организаций и государственных учреждений даже при точном выполнении научных рекомендаций во многих случаях не укореняются или не дают ожидаемых результатов.

Причина этого явления достаточно проста и известна. Это - культура. Очень точно и афористично ее влияние сформулировал Питер Друкер, сказав «культура съедает стратегию на завтрак» [9]. И действительно, культура организаций и социума в целом, являя свою охранительную природу, мощно противостоит неорганичным преобразованиям. Простая логика подсказывает, что это явление в жизни организаций следует включить в качестве объекта в управление изменениями.

Ввиду очевидности этого положения и в теории, и в практике управления в последнее время появляется все больше разработок, посвященных трансформации культур [см.10, 11, 12]. В их числе встречаются и разработки инструментального характера. Иногда предпринимаются и практические действия по их применению с целью изменения организационной культуры. Как сообщается в одной из публикаций, «к концу 1980-х годов в практике корпоративного менеджмента возобладала принципиально новая тенденция... Корпорации начинают управлять нематериальными активами под названием «корпоративная культура». Технология такого управления (пока единственно конкурентоспособная) - это технология организационного научения. Выглядит это примерно так: с 9.00 до 15.00 корпорация работает, а с 15.00 работников обучают на их рабочих местах через корпоративный интранет анализу проблем, поиску оптимальных решений, созданию творческих групп с разными вариантами подходов...» [13, с.56].

Нарисованная выше картина, несомненно, привлекательна, и, возможно, практика такого рода имеет место в некоторых корпорациях (автору данной статьи она не встречалась), но вряд ли она способна даже при ее наличии изменить сколько-нибудь существенно культуру организации.

Многолетний опыт автора по руководству крупными коллективами и преобразованию административных технологий, структур и культур организаций дает ему основания не только для этого практического суждения, но и для некоторых концептуальных выводов относительно способов изменения культуры в связи с трансформацией менеджмента.

Первый из них состоит в том, что культура в бизнесе не есть аморфное, расплывчатое понятие, описываемое больше метафорами, нежели конкретными качественными и количественными показателями. Культура в бизнес-организациях имеет вполне определенное содержание, и ее параметры измеряются с достаточной для практических нужд точностью.

Второй вывод заключается в том, что содержательное наполнение феномена культуры очень богато, и это порождает большое разнообразие исследовательских подходов и инструментальных проектных средств. Такое положение должно рассматриваться не как признак незрелости теории, недостаточно устоявшейся картины исследовательского поля, а, напротив, как нарабатанная в теоретических и эмпирических исследованиях полнота методических подходов и инструментального арсенала.

В настоящее время в научном обиходе используется более 150 определений, обозначающих культуру с позиций философии, культурологии, психологии, семиотики и т.д. Общепринятым является представление культуры как совокупности материальных и духовных ценностей, выработанных человечеством за предшествующую историю и пополняемых его текущей деятельностью. Культуру можно понимать и как деятельность по созданию и использованию, сохранению и передаче последующим поколениям культур-

ных ценностей. Можно понимать ее и в смысле специфических связей, отношений и институтов, в которых и через которые люди осуществляют свою деятельность и накапливают ее продукты. Можно, наконец, понимать культуру как особое свойство всех видов человеческих связей, отношений, деятельности и их результатов, по которым они отличаются от природных, в том числе биологических [подробнее см.13, с.14-15].

В теории и практике менеджмента феномен культуры предстает обычно в образах организационной, корпоративной культуры и культуры предпринимательства и рассматривается как коллективное программирование сознания. Другой формат данного понятия - это принятые в той или иной среде общие ценности и нормы поведения. Понятно, что указанные выше трактовки более общего характера не отвергаются, а, напротив, вбираются менеджерскими понятиями и сущностно присутствуют в них.

Общий вывод состоит в том, что в изменениях практики менеджмента культуру следует рассматривать как мощный инерционный фактор и одновременно как средство «мягкой силы», инструмент преобразования практики. При этом нужно учитывать многослойность феномена культуры, соединяющего в себе бытовую, семейную, религиозную, политическую, экономическую и предпринимательскую культуру. Стратегия культурных изменений так же должна быть многослойной и иметь концептуальный характер и долгосрочную перспективу.

Из сказанного следует, что «революция» в менеджменте может быть обозначена как желание восторженного ума. Но осуществить ее практически невозможно в силу роли и природы культуры. Путь, по которому следует идти - это путь комплексных пошаговых изменений. Изменений реальных, системных, продуманных и неуклонно осуществляемых. И входящих при этом не только в технологии работы, но и в толщу культурного пространства.

Список литературы

1. Гэри Хэмел при участии Билла Брина. Будущее менеджмента. Пер. с англ. - М.: BestBusiness-books, 2013.
2. Грэф пропустил IT-удар // Ведомости, 18.01.2016.
3. Управление изменениями. Хрестоматия. Пер. с англ. - СПб.: изд-во «Высшая школа менеджмента», 2010.
4. Питер Ф Друкер. Задачи менеджмента в XXI веке. Пер.с англ. М.: изд. Дом «Вильямс», 2001.
5. Ицхак Адизес. Управляя изменениями. - СПб.: Питер, 2008.
6. Козн Дэн С. Суть перемен: путеводитель. Инструменты и тактика руководства преобразованиями в компании. Пер.с англ.. - М.: ЗАО «Олимп-Бизнес», 2007.
7. Ашмарина С.И., Кандрашина Е.А. Формирование организационно-экономического механизма управления изменениями в социально-экономических системах в условиях глобализации и развития информационно-знаний экономики. - Самара.: изд-во СГЭУ, 2015.
8. Кандрашина Е.А. Результативное управление организационными изменениями // Российская наука: актуальные исследования и разработки. - Самара, изд-во СГЭУ, 2016.
9. Алексеев С. Стратегия на завтрак // Ведомости, 07.02.2012.
10. Горбунова О.А., Чайковская А.А. Исследование российской деловой культуры по методике Тромпенаарса // Современные тенденции развития науки и технологий, 2015, № 5-3, с.113-117.
11. Лутфулин Ю.Р., Мурзагалина Г.М. Формирование модели культуры управления предпринимательской деятельности на основе доверительности экономических отношений. - Стерлитамак, изд-во Стерлитамакского филиала БашГУ, 2018.
12. Волкова Е.В., Жабин А.П., Яковлев Г.И., Евдокимов А.Н. Проблемы формирования кросс-культурных компетенций персонала предприятия при осуществлении международного сотрудничества // Организатор производства, 2018, том 26, № 2, с.53-61.
13. Фетисов А.В. Управление культурами. - М.: изд-во «Дело» АНХ, 2010.

© А.П. Жабин, 2018

КОНВЕНШН-ЦЕНТРЫ - СУТЬ И ПЕРСПЕКТИВЫ ДЛЯ РАЗВИТИЯ ДЕЛОВОГО ТУРИЗМА

Н.Я. ЗАКУСИЛОВА

студент

Научный руководитель

А.Н. АРШИНОВА

старший преподаватель кафедры бизнеса в сфере услуг
«Новосибирский государственный университет экономики и управления»
г. Новосибирск

В статье рассмотрена роль конвеншн-центров в плане проведения различных форумов. Раскрыта суть и перспективы влияния конвеншн-центров для развития делового туризма, как в России, так и в городе Новосибирске.

Ключевые слова: деловой туризм, конвеншн-центры, MICE-туризм.

Convention center (или конференц-центр) - это огромное здание, предназначенное для проведения конференций, где собираются отдельные лица или группы людей с целью распространения общих интересов. Как правило, конвеншн-центры предлагают достаточную площадь для размещения нескольких тысяч участников и довольно большие площадки, подходящие для проведения крупных выставок, также известных как «выставочные центры». Обычно конвеншн-центры имеют одну арену, могут также содержать концертные и лекционные залы, комнаты для переговоров и конференц-залы.

Для MICE-туризма конвеншн-центры играют значительную роль в плане проведения различных форумов, конгрессов, саммитов, конференций, бирж деловых контактов. Выставки считаются неотъемлемой частью индустрии делового туризма. Выставка подразумевает процесс показа товаров, работ, произведений искусства публике [4]. По мнению специалистов Делового совета ЮНВТО, они стимулируют путешествия двух категорий людей: участников выставок, которые хотят продвигать свою продукцию и посетителей выставок, которые посещают их с познавательными целями, с целью заключения контрактов и осуществления покупок.

Выставочный и конгрессный бизнес на данный момент хорошо развивается в Москве и Санкт-Петербурге, на карте страны появляются и новые точки роста. Благоприятная ситуация сложилась в Самаре и Новосибирске.

По мнению экспертов, выставки как инструмент продвижения и продаж работают. И, несмотря на сложную ситуацию, сложившуюся в последние годы, есть позитивные моменты развития индустрии [3]. В частности, на российских выставках увеличилось число отечественных экспонентов.

Помимо выставок существует еще ряд мероприятий выставочного характера, имеющих место в индустрии туризма и гостеприимства, к ним относят следующие мероприятия.

Салон, представляющий собой демонстрацию туристского продукта оптовым посредником с помощью печатной рекламы.

Биржа представляет собой коммерческое выставочное представление и реализацию турпродуктов на рынке. На бирже устанавливают деловые контакты, а также подписываются соглашения между производителями тур услуг и их продавцами.

Список литературы

- 1 Быстров С.А. Туризм: макроэкономика и микроэкономика. / С.А. Быстров. - СПб.: Герда, 2013. 254 с.
- 2 Индустрия встреч как драйвер развития экономики. Региональный аспект. [Электронный ресурс] URL: <https://mc-consult.ru> (дата обращения 20.11.2018 г.)
- 3 Нюренбергер, Л.Б., Климова, Э.Н. Парадигма устойчивого развития туризма: сущность, принципы, критерии / Л.Б. Нюренбергер, Э.Н. Климова // Активизация интеллектуального и ресурсного потенциала регионов : Материалы 4-й Всероссийской научно-практической конференции. - 2018. - С. 515-520.
- 4 Развитие конгрессно-выставочной деятельности в России. [Электронный ресурс] URL: <https://cyberleninka.ru> (дата обращения 22.11.2018 г.)
- 5 Севрюков, И.Ю. Рынок туристских услуг: современное состояние и тенденции развития / И.Ю. Севрюков // Экономика: теория и практика. - 2016. - №4 (44). - С. 43-48.

© Н.Я. Закусилова, 2018

УДК 338.49

**УПРАВЛЕНИЕ ПЕРСОНАЛОМ В УСЛОВИЯХ ПЕРЕХОДА
К ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКЕ**

Ю.С. ЗИНКИНА

студент

А.В. ГОРОБЧЕНКО

студент

Е.А. МАЛЫШЕВА

к.э.н., доцент кафедры менеджмента

Самарский государственный экономический университет

г. Самара

В данной статье авторами изучен новый формат управления сотрудниками в эпоху цифровой экономики, исследованы методы и инструменты управления удаленными сотрудниками.

Ключевые слова: цифровая эпоха, цифровые коммуникации, удаленная работа.

Современный мир невозможно представить без информационных технологий. Во всех уголках земного шара, они в той или иной степени усовершенствовались, облегчили сферы деятельности людей, в корень изменив представление о будущем. Появление новых цифровых инфраструктур влечет за собой развитие цифровых коммуникаций и вычислительной техники. Внедряя подобного рода инновации в различные отрасли, формируется новая международная система, имя которой - цифровая экономика. Она представляет собой хозяйственную деятельность, ключевым фактором производства в которой являются данные в цифровой форме, и способствует формированию информационного пространства с учетом потребностей граждан и общества в получении качественных и достоверных сведений, развитию информационной инфраструктуры Российской Федерации, созданию и применению российских информационно-телекоммуникационных технологий, а также формированию новой технологической основы для социальной и экономической сферы [7,5]. Эти технологические изменения внесли серьезные коррективы не только в формирование глобальной экономической системы, но и в экономику отдельных рынков и предприятий.

Новым трендом в цифровой экономике по праву можно считать переход организаций к новой системе, а именно системе удаленной работы.

По оценкам аналитиков Millennial Branding и Beyond.com, 45% поколения Y (миллениалов) предпочитают высокому уровню оплаты труда гибкие формы занятости - то есть нестандартный подход к организации труда с гибким графиком и без привязки к рабочему месту. Причём количество «игреков», вовлечённых в трудовую деятельность, с каждым годом только растёт. Вывод напрашивается сам собой: компании с фиксированным графиком и привязкой к рабочему месту рискуют потерять ценные кадры, даже если будут поддерживать конкурентоспособный уровень зарплат [2].

Несколько лет назад услуги удалённого сотрудника, будь это услуги бухгалтера или юриста, были редкостью. Сейчас же на рынке труда представлено изобилие подобных услуг. Международная рекрутинговая компания Naus провела исследование с целью определения актуальности удаленной работы среди работодателей и работников.

Среди опрошенных офисных сотрудников 47% уже имели опыт удаленной работы. Они выделили некоторые недостатки, которые заставили их вернуться к привычному офисному труду. Большинство из них были недовольны размером своей заработной платы (32%). Также они выделили такие проблемы, как сложность взаимодействия с руководством и коллегами, отсутствие ощущения себя частью коллектива, сложность в самоорганизации, нехватка общения. 10% работников вернулись в офис по требованию работодателя, для кого-то работа была временным вариантом.

В то же время некоторые сотрудники хотели бы в будущем перейти на удаленную работу. Они видят в ней следующие преимущества: повышение продуктивности, т.к. не придется тратить время на дорогу, офисную активность, а также допустимо совмещать сразу несколько проектов (35%), возможность работать из любого места и управлять своим временем (30%), возможность уделять время личной жизни (25%), возможность зарабатывать больше (5%), все вышеперечисленное (2%).

Работодатели видят недостатки удаленной работы в сложности контроля над удаленными работниками, меньшей вовлеченности в корпоративную культуру и лояльности к руководству, риски, связанные с корпоративной безопасностью, сложности в коммуникации, сложность в оценке удаленных сотрудников, сложности, связанные с документами, недоверие со стороны самого профессионала, т.к. удаленная работа считается временной.

Несмотря на недостатки, выявленные работодателями, многие компании уже используют возможности удаленной работы и гибких офисных пространств для мотивации сотрудников и снижения издержек, доля таких руководителей составляет 63 % опрошенных. Этот показатель напрямую связан с проводимой политикой компании. В современной экономической теории часто принимается предпосылка о том, что целью деятельности фирмы является максимизация прибыли [4, 122]. Также ключевую роль в продвижении компании играет личность сотрудника/продавца (его личные качества, профессионализм, осведомленность и т.п.) [6, 80]. Практика удаленной работы позволяет добиться и того, и другого одновременно.

В первую пятерку ответов работодателей на вопрос «С чем связан тренд удаленной работы?» вошли: оптимизация труда (71%); work-life-balance, сотрудник сочетает рабочую нагрузку с разнообразным наполнением свободного времени (63%); необходимость оптимизировать издержки компании (51%); рост числа временных проектов, требующих привлечения сотрудников на определенный срок (27%), нехватка квалифицированных кадров; необходимость их привлечения из другого региона (18%)

Так, например, наличие удаленных сотрудников позволяет сократить расходы компании. 60% руководителей отмечают, что получится сократить накладные расходы, доля тех, кто утверждает о сокращении расходов на ФОТ составляет 14%, о сокращении представительских, транспортных расходов и расходов на питание говорят 10%, 5% и 3% соответственно. Только 2% от опрошенных утверждают, что наличие удаленных сотрудников не повлечет за собой сокращения расходов компании.

В Вестнике цифровой информации отмечается, что за три последних года число вакансий для удаленного сотрудничества увеличилось на 10%. При этом процент лиц, которые все время работают дома, составляет всего 5%. К 2020 году, по прогнозам «Юнити», количество дистанционных сотрудников может вырасти не более чем до 7-10%. Интересно, что даже ИТ-отрасль не демонстрирует массового перехода на дистанционную занятость [5].

С чем связан такой низкий показатель числа удаленных сотрудников? Ведь преимущества использования формата удаленной работы налицо. Как сообщает кадровая компания «Юнити», 90% работодателей России хотят внедрить удаленную форму работы, однако не понимают, с чего начать. К основным проблемам отказа набора сотрудников на удаленную работу являются отсутствие потребности в связи с особенностями бизнеса и функционала, а также выделяют сложность управления удаленными сотрудниками, их контролирование и мотивирование.

Руководителям нужно сформировать четкую стратегию по управлению удаленными сотрудниками, попытаться организовать деловое взаимодействие, выработать, так называемый, инструментарий.

Основатель совета молодых предпринимателей

- Единая платформа. Платформы совместного пользования информацией позволяют работникам эффективно работать друг с другом и решать деловые проблемы. Это помогает минимизировать необходимость проводить собрания;

- Внутренний блог. Также для поддержания коммуникаций возможно использование внутреннего блога. Сотрудники могут выкладывать туда информацию с мероприятий, чтобы сотрудники, не имеющие возможности посетить их, всегда были в курсе последних событий;

- Инвестиции в путешествия. Лучшим вложением в корпоративную культуру станет инвестиция в совместный отдых. Это позволит всем сотрудникам встретиться вместе и пообщаться вживую. Во время отдыха можно обсудить некоторые корпоративные моменты. Живое общение способствует сплочению коллектива.

Менеджер по маркетингу и AdWords Д. Янов, работающий удаленно сразу с несколькими компаниями, поделился 14 инструментами, которые смогут сделать работу с удаленными сотрудниками продуктивнее [1]. Наиболее популярные программы из этого списка представлены ниже.

Инструменты для производительности:

- StayFocusd. Это веб-расширение для Google Chrome. Цель сервиса-помочь сфокусировать внимание на задаче, убрав отвлекающие факторы. Stayfocusd частично ограничивает время на использование интернета: в настройках нужно указать типы сайтов, посещать которых вы хотите реже. Если таймер останавливается, все указанные сайты будут заблокированы до следующего дня. Программа строгая, но эффективная.

- TMetric. Программа для отслеживания работы сотрудника в онлайн-режиме, где автоматический таймер учитывает каждую минуту рабочего времени. Программа поддерживает многозадачность и позволяет создавать подробные отчеты не только по рабочему времени, но и по расходам / доходам. Она проста и удобна в использовании, а также является бесплатной;

Инструменты для общения:

- Highrise. CRM-сервис, который помогает отслеживать клиентов и потенциальных заказчиков. Постоянно присылает оповещения, чтобы сотрудник оставались на связи и был в курсе всех переписок с клиентами. В эту программу встроены менеджер контактов и задач, а также сервис уведомлений.

Инструменты для управления проектами:

- Redbooth. Сервис помогает в повседневной работе и управлении командными проектами. Забывчивость - это не оправдание при Redbooth. Его настойчивости в отправке уведомлений можно позавидовать: напоминания будут идти до тех пор, пока вы не пометите задачу как завершенную. Диаграммы Ганта, Канбан-доски, хранилище файлов, чек-листы, отчеты, документооборот, автоматическое архивирование - все это поможет пользователю в управлении удаленной командой. Кроме того, доступны функции видеозвонка / конференции.

Инструмент для бухучета и аудита:

- Invoicega. Онлайн-инструмент для управления финансами, который поможет вам упростить учет и процессы фактурирования. Приложение сочетает в себе функции управления бухгалтерией, клиентами и наличием товаров. Есть опции выставления счетов, отслеживания расходов, ведения отчетности. Программа позволяет использовать несколько языков и валют.

Инструменты для хранения данных:

- IDrive. Это одно из самых удобных облачных хранилищ. Сервис может хранить не только бизнес-документы, но и памятные фотографии из социальных сетей, и другие

файлы. Обновляется в режиме реального времени на всех устройствах. Загрузку файлов можно приостановить и возобновить в любой момент. Сервис поддерживает собственный код шифрования, что повышает сохранность файлов.

Можно добиться эффективной удаленной работы, используя все эти инструменты вместе.

Многие российские руководители все еще скептически относятся к удаленной форме работы. Тем не менее, времена меняются, большинство молодых специалистов ищут себе работу с гибким графиком, где они не будут привязаны к офису, а некоторые из них даже готовы работать за меньшую заработную плату, лишь бы не быть скованным местом и временем. Если работодатель хочет оставаться на рынке, то он будет вынужден внедрять «удаленку» в организацию труда компании. Практика удаленной работы может стать эффективным инструментом, где в плюсе будет, как сотрудник, так и руководитель. Для этого нужно лишь найти правильный подход к удаленной работе и ее организации.

Список литературы

1. Rusbase. Д. Янов. 14 инструментов для продуктивной работы фрилансера. 2017. URL: <https://rb.ru/opinion/14-tools-for-freelance/>
2. Rusbase. И. Волкова. Почему к 2022 году 60% офисных сотрудников будут работать из дома. 2017. URL: <https://rb.ru/opinion/2022/>
3. Scott Gerber. 11 Ways To Manage A Remote Team. 2015. URL: <https://readwrite.com/2015/11/18/manage-remote-teams/>
4. Вереникин А.О. Сбалансированность экономической системы: микро- и макроаспекты / Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова. Экономический факультет - М.: ТЕИС, 2010. С.122
5. Вестник цифровой трансформации CIO.RU. Прогнозы не оправдались: «на удаленку» трудятся меньше 5% сотрудников российских компаний. URL: <https://www.cio.ru/news/070618-Prognozy-ne-opravidalis-na-udalenske-trudyatsya-menshe-5-sotrudnikov-rossijskih-kompaniy>
6. Вылгина Ю.В. Коммерческая деятельность: учебное пособие / ФГБОУ ВПО «Ивановский государственный энергетический университет имени В.И. Ленина». - Иваново, 2013. С.80
7. Правительство РФ Распоряжение от 28 июля 2017 года. Программа "Цифровая экономика Российской Федерации". С.5

© Ю.С. Зинкина, А.В. Горобченко, Е.А. Малышева, 2018

УДК 338.48

ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ ГАСТРОНОМИЧЕСКОГО ТУРИЗМА НА ГЛОБАЛЬНОМ РЫНКЕ УСЛУГ

Н.Н. ИВАНОВА

студент

Научный руководитель

И.Ю. СЕВРЮКОВ

кандидат экономических наук, доцент кафедры бизнеса в сфере услуг
«Новосибирский государственный университет экономики и управления»
г. Новосибирск

Гастрономический туризм - новый вид туризма, предполагающий дегустацию традиционных национальных блюд определённого региона. Гастрономический туризм в последнее время стремительно набирает обороты во всем мире.

Ключевые слова: гастрономическое путешествие, национальная кухня, туризм.

Еда - одна из основных потребностей человека, которая сопровождает его в течение всей его деятельности. Но вместе с тем, еда - это не только физиологическая потребность (согласно классификации А. Маслоу). Из-за развития ресторанной индустрии, место, где можно пообедать стало восприниматься как место рекреации. Кроме того, в современном ритме жизни люди стали меньше тратить время на приготовление пищи и чаще питаться вне дома. Результат этой деятельности отразился на гастроиндустрии [2].

Посещение ресторанов - один из вариантов проведения досугов туристов во время путешествия. Еда - вторая по величине статья расходов в бюджете путешественников. По данным American Culinary Travel Report туристы тратят почти 40% от своего бюджета на питание [5].

В наши дни гастрономический туризм стал важным аспектом туризма для привлечения в страну международных туристов. И многие страны используют национальные блюда в качестве привлекательных мотивов к туризму, чтобы отличаться и показать себя на туристском рынке. значительно ниже. Количество международных туристских прибытий однозначно свидетельствуют о том, что мировой туризм в глобальном масштабе не только сохранил завоеванные позиции, но и улучшил их [3].

Но все же гастрономический туризм должен рассматриваться не только как ключевой культурный продукт, но и как взаимодействие с этим событийного и историко-познавательного туризма.

Гастрономический туризм - достаточно новое направление туризма. Но согласно мнению большинства специалистов, уже первые в мире путешественники являлись гостротуристами. Существует много терминов, которые могут охарактеризовать гастрономический туризм, например, кулинарный туризм (туристы принимают участие в мастер-классах по приготовлению национальных блюд), дегустационный туризм (туристы дегустируют национальную еду и напитки).

Каждая страна имеет свои эксклюзивные гастрономические обычаи о том, как готовить, что есть и -

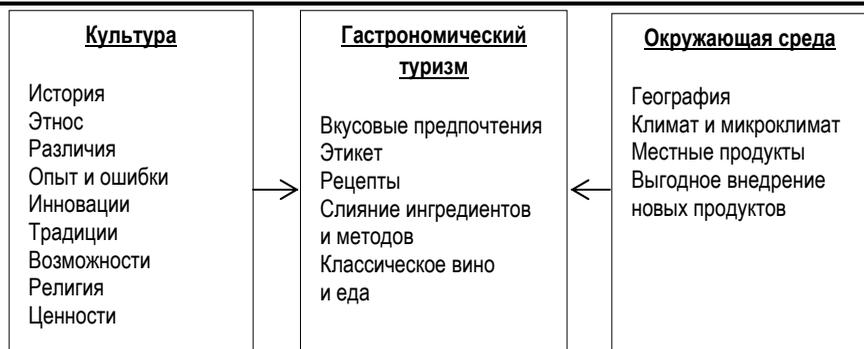


Рис. Влияние мультикультуризма на гастротуризм

По прогнозам ЮНВТО объем международных турпотоков до 2022 года ежегодно будет возрастать на 3,8%. С января по сентябрь 2017 года в туризм было вовлечено 956 млн. человек, что на 34 млн. больше, чем за тот же период 2016 года, что составляет 3,6%. Россия является одним из крупнейших туристических направлений мира, принимая в год около 31 млн. туристов [5].

По данным The World Food Travel Association: 81% туристов верит, что знакомство с кухней страны снимает культурный барьер; 62% - покупают на родине продукты, которые впервые попробовали в путешествии; 75% туристов привозят с собой из путешествий продукты питания или напитки; 83% отмечают, что благодаря новой еде и напиткам их поездки запоминаются больше; 93% туристов за последние 2 года принимали участие в каких-либо активностях, связанных с приготовлением или дегустацией еды.

В результате обобщения различных подходов к дифференциации гастрономических туристов может быть предложена следующая классификация. Туристы типа I - те, у которых гастрономия играет решающую роль во время отдыха, они любят пробовать местные блюда. Туристы II типа ценят гастрономические элементы в путешествии, но будут более придирчиво выбирать род занятий. Туристы III-го типа рассматривают гастрономию только как мероприятия во время отдыха. Туристы типа IV не интересуются гастрономическими элементами, являются косвенными гастро туристами.

Гастрономия играет незаменимую роль в продвижении национального туризма. Гастрономический туризм поддерживает региональное развитие, устанавливая связь между культурой, традициями, национальными блюдами и туристами, укрепляет идентичность культуры региона. Таким образом происходит совершенствование социально-экономических показателей региона, осуществляется значимая поддержка гастротуризма со стороны государства. Развитие гастрономического туризма способствует сохранению историко-культурного наследия и его передаче следующим поколениям [1].

Таким образом, в настоящее время гастрономический туризм - это туры, где нет твердо установленных маршрутов. Вышеуказанные особенности позволяют определить перспективы развития гастрономических путешествий: сформировать привлекательные маршруты, оптимизировать рекламные мероприятия для привлечения большего потока туристов.

Список литературы

1. Архипов А.Е., Севрюков И.Ю., Терентьева И.В. Формирование инвестиционной привлекательности туризма в регионе // Развитие теории и практики управления социальными и экономическими системами: материалы Пятой международной научно-практической конференции. Ответственный за выпуск Н.Л. Роголева. - 2016. - С. 196-198.

2. Лучина Н.А., Аршинова А.Н. Общественное питание как элемент туристского обслуживания // Управленческие технологии и модели модернизационных процессов в российской экономике: история и современность: сборник научных статей II Международной научно-практической конференции. под редакцией Кузьминой В.М. Курск, 2015. - С. 70-72.

3. Севрюков И.Ю. Рынок туристских услуг: современное состояние и тенденции развития // Экономика: теория и практика. - 2016. - № 4 (44). - С. 43-48.

4. Турстат: официальный сайт [Электронный ресурс]. Режим доступа. URL: <http://turstat.com/>

5. ЮНВТО: официальный сайт [Электронный ресурс]. Режим доступа. URL: <http://www2.unwto.org/>

© Н.Н. Иванова, 2018

УДК 331.1

ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ ИНВЕСТИЦИЙ В ПЕРСОНАЛ НА ОСНОВЕ АВТОМАТИЗАЦИИ ПРОЦЕССА КОРПОРАТИВНОГО ОБУЧЕНИЯ

Е.К. ИЛЮШНИКОВА

студент

«Алтайский государственный университет»

г. Барнаул

В статье описаны основные предпосылки перевода корпоративного обучения в удаленные и автоматизированные форматы. Изучено их положительное влияние, как фактора минимизации затрат и повышения эффективности корпоративного обучения. Представлены инструменты реализации дистанционных (электронных) развивающих мероприятий с применением *Digital* - технологий. Произведена попытка рассмотрения факторов замедляющих массовый переход на удаленные и автоматизированные системы обучения.

Ключевые слова: корпоративное обучение, дистанционное обучение, *digital* - обучение, развитие персонала.

В настоящее время, рабочий процесс становится все более цифровым, виртуальным и мобильным. Автоматизация и машинное обучение ускоряют процессы, помогая повысить не только показатели работы сотрудников, но и эффективность HR-процессов. Под «обучением» в организации, понимается процесс, связанный с повышением способностей, навыков и умений сотрудников для выполнения конкретных рабочих задач [10].

Обучение помогает в обновлении, как уже полученных ранее знаний, так и развитию для эффективного выполнения своих трудовых обязанностей. Важную роль в оптимизации HR-процессов играет автоматизация систем управления персоналом [8]. В подготовленном Maproweg Group [12] отчете, было опрошено 18 000 работодателей из 43 стран, в сфере ожидаемый уровня подготовки сотрудников. Опрос выявил, что:

- 75% организаций ожидают, что для автоматизации потребуются новые навыки сотрудников, поэтому 60% инвестируют во внутреннее обучение;

- Большинство из значимых компетенций, которые высоко ценятся сегодня, будут замещены к 2020 году;

- Около 45% задач могут быть автоматизированы в течение следующих двух лет;

В то же время, традиционные аудиторные программы обучения и развития персонала, по мнению исследователей, не дают необходимой отдачи от инвестиций, по причине сильного акцента на теорию [13]. Разработка эффективных программ обучения сотрудников с приемле-

мым уровнем затрат на реализацию, имеет жизненно важное значение для компании. Программы развития предоставляют множество преимуществ, но только в том случае, если они тщательно спланированы и правильно реализованы [11].

В условиях повсеместного внедрения Digital-решений, методы дистанционного обучения совершенствуются и становятся более адаптивными к потребностям бизнеса. Комплекс инструментов, основанный на применении различных компьютерных технологий, интернета и «искусственного интеллекта», способен выстраивать системы непрерывного обучения и минимизировать затраты [9].

Остановимся подробнее на основных инструментах Digital - обучения:

1. Электронное (дистанционное) обучение. Подразумевает подготовку и развитие сотрудников на расстоянии с применением трансляций вебинаров, просмотра презентаций и курсов [2];

2. Автоматизация процесса планирования обучения. Необходимый тренинг назначается на основании мониторинга рабочих показателей сотрудника [3];

3. Диалоговые компьютерные симуляции. Строятся на основе ветвления вариантов продолжения диалога, на основании выбранного ответа. Сценарий строится по тому или иному направлению, позволяя смоделировать диалог как с клиентом, так и тренером;

4. Использование групп и страниц в социальных сетях. Загрузка обучающего видео и текстового во внутрифирменные сообщества [4];

5. Внеаудиторное «неформальное» обучение. Основывается на обмене знаниями и умениями между сотрудниками, как на рабочем месте, так и вне его [1,7].

Многообразие видов Digital - обучения, может позволить компаниям сохранять темпы развития сотрудников в ситуациях стремления руководителей к повышению эффективности вложений в персонал [5]. Дополнительно, внедрение Digital - обучения может оказывать положительное влияние на рост удовлетворенности и вовлеченности сотрудников в процесс собственного развития. Еще одним плюсом, является возможность автоматизации отчетности по обучению - оценка результатов обучения становится более детализированной. Как следствие, появляется возможность оперативно вносить корректировки на основании полученных результатов [7].

В то же время, руководители и собственники бизнеса, отмечают, что недостаточно понятны потенциальные экономические эффекты от развертывания полноценной системы Digital - обучения [8]. К потенциальным рискам, также можно отнести определенный психологический дискомфорт связанной со спецификой общения преподавателей и слушателей в данном формате [6].

При внедрении современных инструментов Digital - обучения, специалисты по обучению, могут без больших временных и экономических затрат проводить тренинги для большого числа сотрудников, вести учет потребности в обучении, связывать учебные мероприятия с компетенциями, которые они развивают, а также получать и результаты от развивающих мероприятий.

Список литературы

1. Долженко Р. А., Илюшников К. К. Некоторые вопросы организации внешних краудсорсинговых проектов для проработки актуальных для бизнеса проблем // *Управление*. 2014. №5 (51).

2. Ибрагимов И.М. Информационные технологии и средства дистанционного обучения. - М.: Издательский центр «Академия», 2005. - 336 с.
3. Илюшников К.К. Инструменты построения модели оценки эффективности корпоративного обучения, на основе системы KPI и детализированных метрик // Экономика труда. - 2018. - Том 5. - № 2. - doi: 10.18334/et.5.2.39145
4. Нуриева К. Р. Автоматизированные программные комплексы, применяемые при обучении персонала // Развитие общественных наук российскими студентами. 2017. №2.
5. Пяткова О.А. Динамика транскомуникативных состояний личности в социально-психологическом тренинге: Автореф. дис. канд. психол. наук. - Томск. 2007. - 22 с.
6. Селиванова Е.Ю. К вопросу о применении Digital - технологий в обучении персонала // Научный форум: Экономика и менеджмент: сб. ст. по материалам VII междунар. науч.-практ. конф. - № 5(7). - М., Изд. «МЦНО», 2017. - С. 124-128.
7. Селиванова Е.Ю., Коропец О.А. Эффективность использования современных систем дистанционного обучения персонала в условиях кризиса. // Human Progress. 2016. Т. 2. № 11. С. 4.
8. Скрипченко Л. С. Организационное поведение: учеб.-метод. пособие / Л. С. Скрипченко, И. Г. Юркова. - Краснодар: Кубанский гос. Ун-т, 2015.
9. Романов А.Н., Торопцов В.С., Григорович Д.Б. Технология дистанционного обучения в системе заочного экономического образования. - М.: Юнити-Дана, 2000. - 303 с.
10. Aswathappa, K. Human resource and Personnel Management, New Delhi: Tata Mcgraw-Hill Publishing Company Limited, 2000, p.189
11. Ganesh M., Indradevi R. Importance and Effectiveness of Training and Development //Mediterranean Journal of Social Sciences// Vol 6 No 1 - Doi:10.5901/mjss.2015.v6n1p334
12. Taylor T. How automation will impact employee training and company leadership// HR-Dive//2017 URL:<https://www.hrdiver.com/news/how-automation-will-impact-employee-training-and-company-leadership/434143/>
13. Illanes P. Retraining and reskilling workers in the age of automation// Susan Lund, Mona Mourshed, Scott Rutherford, and Magnus Tyreman // URL: <https://www.mckinsey.com/featured-insights/future-of-work/retraining-and-reskilling-workers-in-the-age-of-automation>

© Е.К. Илюшникова, 2018

УДК 331.1

К ВОПРОСУ ОБ ЭФФЕКТИВНОМ УПРАВЛЕНИИ ПРОЦЕССАМИ ТРУДОВОЙ МОБИЛЬНОСТИ В ЭКОНОМИКЕ ИННОВАЦИОННОГО ТИПА

О.В. КАРСУНЦЕВА

доктор экономических наук, профессор

О.Н. ДЕНИСОВА

кандидат экономических наук, доцент

«Самарский государственный технический университет»

филиал в г. Сызрани

г. Сызрань

В статье рассмотрены проблемы управления трудовой мобильностью в современных условиях. Низкий уровень территориальной подвижности населения является одним из факторов, сдерживающим инновационное развитие экономики. Решение проблемы заключается в разработке системы мотивации перемены

труда, когда ведущими мотивами станет не только производственная необходимость, а потребности высших уровней (профессиональная самореализация и удовлетворений трудовых амбиций).

Ключевые слова: трудовой потенциал, трудовая мобильность, инновационная экономика, движение трудовых ресурсов, сфера занятости.

Одно из важных направлений формирования и развития трудового потенциала инновационного типа - это эффективное управление процессами трудовой мобильности. Решение этой проблемы позволит координировать движение трудовых потоков в соответствии с их трудовыми амбициями при соблюдении оптимальных пропорций распределения занятых между различными экономическими сферами и территориями. С экономической точки зрения, трудовая мобильность должна удовлетворять рыночный спрос территорий и различных сфер приложения труда на работников определенного профессионального уровня и квалификации, как в краткосрочной, так и среднесрочной перспективе. Достигнуть эффективности управления трудовой мобильностью достаточно сложно, поскольку этот процесс затрагивает, прежде всего, личностные предпочтения и желания, самих носителей рабочей силы.

Современные экономические условия и динамичные научно-технические преобразования не только формируют повышенные требования к качественным характеристикам трудового потенциала (количество и качество профессиональных компетенций, личностные характеристики, soft skill и т.д.), но и предполагают их непрерывное изменение. Это не только вызывает необходимость постоянного профессионального развития работников и повышения их квалификационного уровня, но и необходимости опережающего обучения и переобучения с целью освоения вторых, третьих профессий с целью обеспечения конкурентного положения на рынке труда. Инвестиции в образование выгодны не только самим работникам, но и обществу. Это обусловлено тем, что процесс обучения на всех стадиях «жизненного цикла рабочей силы» во-первых, сохраняет ранее приобретенные знания и опыт в качестве своего базиса, во вторых происходит приращение новых знаний, которые позволяют работнику сохранять свою конкурентоспособность на рынке труда и нивелировать моральный износ трудовых способностей [7]. В тоже время физический и моральный износ средств производства вызывает необходимость их обновления, что сопровождается вытеснением заменяемой техники и соответствующим изменениям в структуре трудового потенциала. Мобильность и динамизм, способность к быстрой перестройке характерны для всех компонентов трудового потенциала.

В настоящее время мобильность рабочей силы по стране в целом и на предприятиях в отдельности недостаточно высока, особенно если сравнивать с соответствующими показателями на Западе. Масштабы и интенсивность отдельных направлений трудовой мобильности можно характеризовать следующими данными. Так, гражданин России в среднем за всю жизнь меняет место жительства два раза, в то время как среднестатистический американец - 13 раз, а англичанин - семь раз. Место работы в России ежегодно меняют свыше 20 млн. чел., или примерно каждый шестой, занятый в народном хозяйстве. Внутри предприятий промышленности ежегодно перемещается примерно 10% работников, между предприятиями различных отраслей народного хозяйства-10-20%. К

примеру, величина индивидуальной трудовой мобильности за пределами предприятия, обусловленная научно-техническим прогрессом, в промышленности не превышает 11 - 13%. Территориальная подвижность населения в последние годы колеблется на уровне 5% [2]. Инертность трудового поведения является сдерживающим фактором экономического развития.

Недостаточный уровень трудовой мобильности в России создает предпосылки для ухудшения ситуации на рынке труда и консервирования относительно высокого уровня безработицы. Увеличение мобильности трудовых ресурсов увеличивает социально-экономический эффект от более полного использования трудового потенциала и позволяет перераспределять предложение труда между другими рынками внутри страны, региона [4].

Основная задача при управлении трудовой мобильностью заключается в разработке эффективной системы мотивации перемены труда (рабочего места, профессии и др.). Если ведущими мотивами станут не только производственная необходимость, моральное старение знаний, возраст, но потребности работников высших уровней (профессиональная самореализация и удовлетворений трудовых амбиций), тогда процесс трудового перемещения станет более управляемым.

Перемена труда в условиях современного производства, будучи его закономерной потребностью, выступает как качественно новый признак эффективного управления формированием и развитием трудового потенциала, призванный обеспечить необходимую научно-техническому прогрессу степень подвижности работника и изменения компонентов его трудового потенциала.

Сегодня «точками трудового притяжения», как правило, являются крупные мегаполисы, и регионы, специализирующиеся на добыче востребованных сырьевых ресурсов. Для данных территорий характерны более привлекательные условия труда, его оплаты и социального обеспечения. Динамика переселения россиян в трудодефицитные районы (за исключением работы вахтовым методом) отрицательная.

По нашему мнению, высокая информационная оснащенность предприятий создаст необходимые предпосылки для сбалансированного развития числа рабочих мест и рабочей силы определенной территории (см. рис. ниже).

Как видно из предложенной схемы, управление трудовой мобильностью представляет собой систему четкого взаимодействия всех участников рынка труда, обеспечивая при этом направляющее, координирующее и стимулирующее воздействие на интенсивные факторы использования рабочей силы.

Основными проблемами управления трудовой мобильностью являются:

- нерациональное использование наличной рабочей силы, значительными потерями и непроизводительными затратами рабочего времени;
- несогласованность в системе корпоративного планирования подготовки, распределения и использования рабочей силы;
- отсутствие взаимодействия органов планирования и управления трудовыми ресурсами на уровне предприятия, города, отрасли и региона.

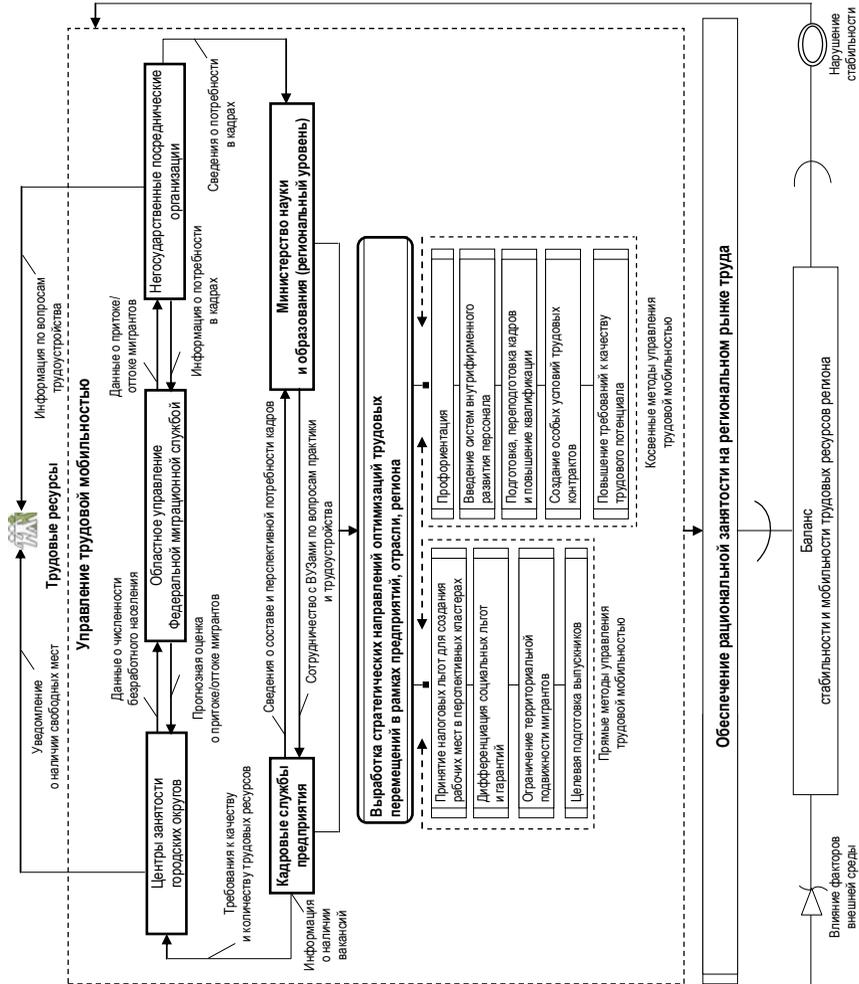


Рис. Организационно-экономический механизм управления трудовой мобильностью

Особое внимание при управлении трудовой мобильностью необходимо уделять таким вопросам, как высвобождение, перераспределение и переподготовка работников. Решение этих вопросов позволит учесть интересы, как предприятия, так и отдельных работников, их требования к характеру, содержанию и условиям труда, месту жительства и т.д. Социально-экономический эффект управления профессиональной мобильностью заключается, во-первых, в планомерном заполнении вакантных рабочих мест не столько за счет приема новых рабочих со стороны, сколько посредством внутрипроизводственного перемещения и переподготовки рабочих, занятых мало- и неквалифицированным трудом; во-вторых, в создании относительно стабильных трудовых коллективов.

Список литературы

1. Артоболевский С.С. Территориальные проблемы и государство: трансформация или деформация пространства?// ЭКО. - 2013. - N 1. - С.23-41.
2. Барсукова Т. Социально-трудовые отношения наемных работников в региональном производственном комплексе//Власть. -2009.-N12. - С.112-115.
3. Вавулин Д.А. О некоторых диспропорциях социально-экономического развития регионов России / Вавулин Д.А., Федотов В.Н. // Нац. интересы: приоритеты и безопасность. - 2010. - N 29. - С.39-45.
4. Гелета И.В. Современное состояние и перспективы рынка труда //И.В. Гелета //Гуманитарные и социально-экономические науки.-2011. - №1.- С. 68-71.
5. Ерохина Е. Кадровый потенциал региона: способы управления при переходе к инновационной экономике // Проблемы теории и практики управления - 2011. - N 9. - С.120-126.
6. Денисова О.Н. Проектирование жизненного цикла рабочей силы - основной фактор развития трудового потенциала в экономике инновационного типа// Научные исследования: от теории к практике. - 2015. - №2.
7. Неунылова О.Н. Пути совершенствования механизма управления формированием и развитием трудового потенциала инновационного типа в региональной экономике // Глобальный научный потенциал. - 2013. - №9 (30). - С. 111 - 115.

© **О.В. Карсунцева, О.Н. Денисова, 2018**

УДК 331.1

ГЕНДЕРНЫЙ АСПЕКТ В ТРУДОВЫХ ОТНОШЕНИЯХ

Е.В. КУЗНЕЦОВА

студент

Научный руководитель

Е.А. МАЛЫШЕВА

кандидат экономических наук, доцент

Самарский государственный экономический университет

г. Самара

Неравное положение мужчин и женщин в сфере труда и занятости представляет собой социальную проблему. Целью статьи является - изучение гендерной ситуации в сфере трудовых отношений и рассмотрение современных проблем связанных с гендерной дискриминацией.

Ключевые слова: гендер, гендерная дискриминация, женщины социальное неравенство, трудовые отношения, рынок труда.

Современная наука уделяет существенное внимание формальным и неформальным трудовым отношениям в обществе. В Конституции РФ закреплён принцип равноправия мужчин и женщин, так же он закреплён в семейном, гражданском, трудовом кодексах и других

законодательных актах. Трудовой кодекс РФ не содержит дискриминационных по признаку пола правовых норм (Статья 3 "Запрещение дискриминации в сфере труда") [1]. Несмотря на это дискриминации по признаку пола (гендерная дискриминация) в современном мире встречаются чуть ли не на каждом шагу.

В широкий смысл под понятием "гендер" подразумеваются любые психические или поведенческие признаки, ассоциирующиеся с маскулинностью и фемининностью примерно отличающие мужчин от женщин. В узком смысле «Гендер - это социальный пол человека, который указывает на его поведение в обществе и то, как это поведение воспринимается другими. Понятие маскулинность в русском языке не является синонимом к понятию мужественности, так «мужественная женщина», говорит не о ее маскулинности (в смысле мужеподобности), а о стойкость её характера. [2]

Дискриминация женщин в трудовых отношениях имеет классические формы проявления:

- сложность найти работу по специальности;
- трудности в продвижении по работе на более престижные должности;
- увольнение в первую очередь, в связи с неустойчивым положением женщины в семье;
- недостаточный первоначальный опыт работы в сфере, основанный на предположении о том, что женщину тяжело обучить;
- частое поступление предложений работы с низкими условиями оплаты труда.

Разделение труда по половому признаку связано с представлениями о "мужской" и "женской" работе на основании гендерных различиях. По мере эволюции человека - разделение труда развивалось так, что женщины взяли на себя домашние дела, чтобы мужчины смогли более эффективно заниматься другими. Мы не вправе осуждать это разделение труда до тех пор, пока оно действует справедливо и без злоупотребления способностями или ресурсами. , дискриминация же создается обществом возможно специально, используя гендерные стереотипы.

По мнению Т.И. Заславской, женщины уступают мужчинам в развитости инновационного мышления, предпринимательской жилке, готовности пойти на риск, концентрированием внимания на одной узкой сфере. Им в большей степени присущи такие черты характера как: осторожность, желание уладить конфликт переговорами, нежели силой и грубым насилием, отсутствие причастности к криминальным и противоправным сделкам, контрактам, условиям.[4]

Принято считать, что существует два противоположных мнения почему существует дискриминация в трудовой сфере по отношению к женщинам. Для женщины работа всегда имеет второстепенную роль, на первом же месте всегда семья и поэтому все мысли сводятся к ней, поэтому они не погружаются в рабочий процесс целиком, в результате чего им не доверяют ответственные задания, дают весьма узкий спектр задач и их работу сокращают до машинных действий и перепроверок. Второе мнение гласит, что работа настолько важна для женщины (высокая ценность работы для самореализации, желания самостоятельного заработка и обеспечения своих потребностей), что они соглашаются на любые предложения работодателей. Дискриминационные же условия не останавливают их. [6]

Работодатели субъективно считают, что брать женщин к примеру в возрасте до 35 крайне не выгодно, ведь они могут уйти в декрет, который необходимо будет оплачивать, а это не дополнительные расходы предприятию, также отгулы и отпуска, связанные с уходом за больными членами семьи, то есть выполнением семейных обязанностей. По-

этому женщин оценивают как нестабильных и неэффективных работников. Это влияет на динамику увольнения женщин, формируя дискриминацию.

Также статус руководителя-женщины отличается от руководителя-мужчины. Мужчины заключают сделки с подчиненными, основываясь на предстоящих санкциях поощрения или наказания за выполненную или невыполненную работу, женщины же пытаются координировать свои интересы с интересами подчиненными, стремясь найти единное направление работы основанное на доверительном взаимодействии. Руководство женщины основывается на обаянии и контактности, что работодатели считают неуместной, неэффективной, «неверной» тактикой [5]

Глобальной проблемой является также дискриминация в сфере оплаты труда. По стране в целом (в соответствии с официальной статистикой Госкомстата РФ) в 2014 г. заработанная плата мужчин больше. К примеру средняя заработная плата женщин всего 63,3% составляет от заработной платы мужчин. Разница в оплате труда в пользу мужчин существует во всех отраслях и колеблется от 63% в промышленности до 80,4% в образовании и управлении. Единственная отрасль в которой средняя заработная плата женщин всего на 3% превышала показатель у мужчин - лесное хозяйство.[2]

Гендерная асимметрия по оплате труда до такой степени выросла, что замечается даже на уровне отраслей. Это позволяет нам сказать, что в данный момент из отраслей с низкой заработной платой мужчины переходят в сферу финансов, торговли, управления, то есть в отрасли с высокой оплатой труда. Успешно закрепляя свои позиции в них. В это время как женщины которые не могут справиться с конкуренцией мужчин приходится перейти в отрасли, где зарплата имела тенденцию к понижению (образование, лесное хозяйство), вследствие чего кадровый состав наиболее выгодных отраслей "маскулинизировался".[7]

В 21 веке роль женщины в обществе существенно изменилась. Особенности пола и психологических различий активно обсуждается в СМИ. Связано это с тем, что активизировалось феминистское движение в обществе, поэтому появляется все больше женщин начавших свое дело. Мы можем наблюдать стремительный рост компаний и предприятий, где женщины участвуют в развитии предпринимательства. Причем общество перестало это осуждать и наоборот начало поощрять такой вид деятельности. Однако, при этом, разрушить привычную всем традиционную систему мировоззрения на то, что "мужчина - кормилец, женщина - домохозяйка" до сих пор не выходит.

Список литературы

1. Трудовой кодекс Российской Федерации" от 30.12.2001 N 197-ФЗ (ред. От 11.10.2018) ТК РФ Статья 3. Запрещение дискриминации в сфере труда / Пункт 1. Каждый имеет равные возможности для реализации своих трудовых прав.
2. Гендерные проблемы в современной России (по данным официальной статистики Росстат). - М., 2006.
3. Айвазова С.Г. Гендерное равенство в контексте прав человека. М., 2001;
4. Заславская Т.И. Структура современного российского общества// Экономические и социальные перемены: мониторинг общественного мнения 1995 №6 с. 5-21
5. Прокопенко А. В. Дискриминация женщин в сфере труда // Молодой ученый. - 2016. - №20. - С. 559-563. - URL <https://moluch.ru/archive/124/34344/>(дата обращения: 10.12.2018).
6. Тихомиров Н.П., Усачев В.И. Об образовательном потенциале населения России// "Народонаселение". 2006, №4 и др. ,
7. Хоткина З.А. Новый век - новые проблемы: гендерные аспекты труда и занятости России// Общество и гендер. г.Рязань: Поверенный, 2003г С150-156.

© Е.В. Кузнецова, 2018

ПРОБЛЕМА МАНИПУЛЯТИВНОГО ВОЗДЕЙСТВИЯ В ОРГАНИЗАЦИИ

Е.В. КУЗНЕЦОВА

студент

Научный руководитель

Е.А. МАЛЫШЕВА

кандидат экономических наук, доцент

Самарский государственный экономический университет

г. Самара

В статье рассматривается актуальная социально-психологическая проблема - манипулирование. Целью статьи является исследование проблематики манипуляции как вида человеческой деятельности и рассмотрение ее с позиции давления в трудовых отношениях - руководителя на подчиненного. Результат работы представляет собой наглядную картину и качественное описание того, по каким причинам люди становятся манипуляторами, какие последствия моббинга в трудовом коллективе.

Ключевые слова: манипуляция, субъект манипуляции, объект манипулирования, давление, трудовые отношения, руководство, подчиненный, моббинг.

Проблема манипуляции в настоящее время широко обсуждается общественностью и нередко становится темой научных дискуссий. В коммуникации с людьми, мы сами того не осознавая, можем часто использовать манипулятивные методы, когда хотим добиться чего-то от другого человека. Так как понятие «манипуляция» понимается всеми по-разному, рассмотрим его и действия субъекта манипуляции.

Манипуляция - скрытый психологический прием, благодаря которому человек может заставить другого человека, выполнять нужные ему действия вопреки воле и интересам другого. Манипуляция - строится на предположении о ответных реакциях на конкретное взаимодействие с человеком и строится на индивидуальном знании о человеке. В акте манипуляции человек обязательно знает о том, какая реакция должна последовать при определенном давлении. И чем точнее это знание, тем эффективнее будет манипуляция. Существуют три базовых мотиватора человека: инстинкты, система убеждений и жизненный опыт. Инстинкты определяют потребности людей, а система убеждений и жизненный опыт определяют способ удовлетворения этих потребностей. Поэтому для манипуляции необходимо воздействовать на их инстинкты, убеждения и все те осознаваемые и неосознаваемые ими шаблоны, которые сформировались в их голове благодаря жизненному опыту.[2]

Проблемный характер манипуляции, как деятельности в первую очередь состоит в противоречии потребностей и интересов субъекта и объекта манипуляции. Кроме того, А.С Петраковой, субъект манипуляции, осуществляя манипулятивное воздействие порой на подсознательном уровне, следует собственным интересам и настроен на их реализацию, в то время как объект манипуляции неосознанно подчиняется и подражает субъекту.[4]

Существуют много видов манипуляции основные из них: манипуляция чувством жалости, чувством вины, неуверенностью в себе, лестью, надеждой. Манипуляторам характерна одна общая черта - они никогда не идут на открытое выяснение отношений. Человек который попытается построить результативный разговор с манипулятором, не сможет добиться своего так как при первых же попытках вывести его на чистую воду,

манипулятор начинает давить на вас и руководствуется принципом: лучшая защита - это нападение.. В конце выяснения отношений вы будете понимать, что только вы пытаетесь опровергнуть несправедливые обвинения со стороны человека в ваш адрес.

Рассматривая проблему манипуляции хочется остановиться на такой проблеме как - давление руководства.

Удовлетворенность взаимоотношениями по горизонтали (с товарищами) и по вертикали (с руководством) является важнейшим показателем социально-психологического климата в трудовом коллективе. Руководитель, имея право управлять подчиненным на работе, начинает присваивает себе право распоряжаться им как личностью. Такое отношение к подчиненному может проявляться по разному: в подавлении, прямом доминировании, в манипулировании и унижении: грубом, явном или завуалированном. Сложная система отношений в организации подразумевает возможность возникновения самых разных конфликтов в том числе моббинг. [3]

Моббинг - это сильнейшее психологическое давление на сотрудника с целью его скорейшего увольнению по собственному желанию. В трудовом кодексе РФ прописано, что без уважительных на то причин к увольнению и собственного желания, работодатель не имеет право увольнять сотрудника.(ТК РФ Статья 81). Не имея права уволить, руководитель пытается добиться увольнения работника, в результате эмоционального давления на работе и травли в коллективе со стороны. Запрет дискриминации сотрудника обозначен в ТК РФ. Административная ответственность установлена в ст. 5.27 КоАП РФ.

В 2018 году по ст. 5.27 КоАП РФ работодателю грозит:

- административный штраф 1-5 тыс. руб.;
- дисквалификация до трех лет;
- для юр. лиц - штраф до 50 тыс. руб. [1]

Жертвами моббинга часто становятся те, кто занимает высокооплачиваемую должность или место, которое мечтает занять можно сказать любой работник компании. В данном случае моббинг применяется как средство для освобождения заветного кресла. Также в группу риска моббинга попадают «белые вороны» - люди, отличающиеся от большинства, те, кто хоть в чем-то оказался «не похожим на других».

В обществе считается, что существует два способа удержаться в роли руководителя - «страх и любовь». При первом варианте руководитель должен буквально показать себя в лице властного правителя, заставить сотрудников понимать, что права на ошибку у них нет. При втором, сделать так, чтобы его уважали как руководителя за счет его харизмы, лидерских качеств, амбиций. Стоит сказать, что доверие и уважение со стороны руководителя не только смогут вдохновить подчиненных, но и улучшить результаты их работы. Если же руководитель запугивает, эмоционально давит на сотрудников это в конечном итоге разрушит человеческий, командный дух коллектива и навредит всей организации.

В психологии замечают, что руководители, которые ведут себя агрессивно по отношению к сотрудникам не уверены в себе и в своих методах руководства, имеют скорее всего низкую самооценку, которую они бессознательно пытаются повысить за счет унижения. У них проявляются такие особенности характера как демонстративность, агрессивность, авторитарность.

В американских и европейских компаниях слово моббинг в 21 веке звучит во всех направлениях деятельности, медицинские исследования показывают, что люди, которые подвергаются на работе эмоциональному насилию, очень быстро становятся психологически нестабильными. Доказывая свою социальную и профессиональную состоятельность коллегам и начальству давление в их сторону только усиливается и они попадают в социальную

изоляция. Не получив положительных оценок и эмоционально истощившись сотрудники становятся уязвимыми, неуверенными и беспомощными. Их начинают мучать разные фобии, становится низкой самооценка, появляются характерные стрессу симптомы - головная боль, простуда. В результате человек уже не в силах выполнять свои должностные обязанности и вынуждено увольняется по собственному желанию. [5]

В заключение хочется сказать, что защититься от моббинга весьма сложно, так как давление со стороны начальства может достигать таких размеров, что справиться с ним самостоятельно не представляется возможность. Можно подключить рабочий коллектив, если он не настроен против вас, можно привлечь руководителя к административной ответственности, если есть возможность привести весомые доказательства государственным органам. Но самый простой способ просто уйти с такой должности, сменить фирму, найти адекватного, справедливого, высококвалифицированного руководителя и спокойно работать не пытаясь успокоить себя после каждой вспышки гнева начальника и эмоционального унижения малоквалифицированного, эмоционально нестабильного руководителя-абыюза.

Список литературы

1. "Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях" от 30.12.2001 N 195-ФЗ (ред. От 28.11.2018) КоАП РФ Статья 5.27. Нарушение трудового законодательства и иных нормативно-правовых актов, содержащих нормы трудового права (в ред. Федерального от 03.07.2016 N 272-ФЗ)
2. Гришина Н.В. Психология конфликта: учебник/ Н.В. Гришина - М.: Наука. 2006г.
3. Осипова А.А./ Умей сказать «Нет!» : манипуляции в обществе и их нейтрализация. - М. : АСТ : Аристокль, 2008. -189,[3] с.
4. Петракова А.С. Социально-философский анализ трансформации сознания личности средствами манипулятивного давления. Дис. на соиск. уч. степ. канд. фил. Наук. - Краснодар, 2014г.
5. [Электронный ресурс] <https://constructor.ru/karera/mobbing.html>

© Е.В. Кузнецова, 2018

УДК 339.138

ИНСТАГРАМ КАК СРЕДСТВО ПРОДВИЖЕНИЯ В МАРКЕТИНГЕ

Соответственно, поступательное развитие информационного общества в значительной степени оказывает влияние и на технологии продаж и продвижения товаров к конечному потребителю. Наиболее удобной и перспективной площадкой для использования технологий вирусного маркетинга для продвижения бизнеса является социальная платформа Instagram. Продвижение в нём способно за короткий срок в несколько раз увеличить количество подписчиков аккаунта, завоевать целевую аудиторию и существенно повысить популярность рекламируемой услуги или торговой марки определенной компании. [5] Чем же объясняется успешность этой социальной сети? Такой эффект объясняется тремя причинами:

Во-первых, стремительно растущая популярность этой социальной сети. При этом пользователи Instagram демонстрируют высокую вовлеченность во взаимодействие друг с другом и с брендами.

Во-вторых, Instagram позволяет публиковать и потреблять визуальный контент, который воспринимается пользователями в десятки тысяч раз быстрее по сравнению с текстовым. Особенно ценно для молодежной аудитории то, что использовать Instagram возможно с помощью мобильных гаджетов. Получается чуть ли не идеальная социальная платформа для современного человека, живущего в бешеном темпе.

В-третьих, в отличие от традиционных социальных сетей, площадки для визуального обмена контентом максимально активизируют мгновенные конверсии, благодаря фото и видео ряду просматриваемой ленты. [1].

Instagram соответствует всем этим требованиям и большими порциями поглощает присоединившихся пользователей, где последние смогут открыть для себя много новой и интересной информации, наблюдать за жизнью известных персон и всех интересующих его людей, узнать чье-то мнение из первых уст, поучаствовать в викторинах и т.п. Именно по этим причинам Instagram является перспективной площадкой для маркетологов и их неиссякаемой фантазии.

Для более детального изучения особенностей маркетинга в Instagram, рассмотрим возрастное распределение аудитории в нем (см. рисунок).

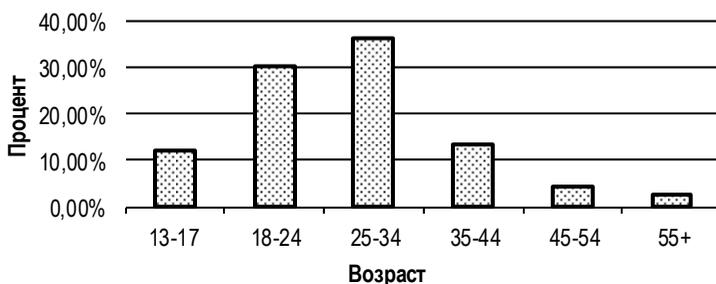


Рис. Возрастное распределение аудитории Instagram в России

По данным видно, что самыми активными пользователями являются молодые люди в возрасте от 18 до 34 лет, потому что это наиболее мобильное поколение, в жизни которых важную роль играют социальные платформы, через которые они получают огромное количество информации. Люди, в возрасте 18-24 лет составляют 30,29 % всех

пользователей, а в возрасте 25-34 лет - 36,68%, что составляет основную часть всех пользователей этой социальной сети.

Большинство пользователей Instagram женского пола - 59,31%, мужчины составляют 40,61%. Так как большинство пользователей Instagram женского пола, следует вывод - в основном маркетинг на данной платформе ориентирован на молодых девушек до 29 лет.

Наиболее популярными средствами получения дохода в инстаграм являются следующие: 1) Продажа своих услуг и товаров, которая заключается в рекламе их качества. Фотографы размещают в профиле примеры своих работ. Юристы и психологи дают консультации и выставляют фотографии клиентов с отзывами. С парикмахерскими и салонами красоты дело обстоит аналогичным образом и т.д. 2) Продажа чужих услуг и товаров. Интернет-магазины, закупают вещи, косметику и тому подобное у оптовиков, а затем поштучно реализуют их на просторах сети. Другой способ для тех, кто предпочитает работать через партнёрские программы. Они находят аккаунты брендов, договариваются с администраторами страничек о комиссии и размещают активные ссылки на продукты. [3]

На сегодняшний день раскрутка бизнес - аккаунта в Инстаграм с помощью рекламы на уже раскрученных страницах популярных блогеров, знаменитостей считается наиболее эффективной. Можно привлечь к своей странице как можно больше представителей целевой аудитории, которые действительно будут проявлять активность. Это будут подписчики, которые совершая продажи или оставляющие положительные комментарии будут приводить к увеличению вашей прибыли. Тем самым можно увеличить популярность собственного бренда или товара. Оплата рекламы напрямую зависит от популярности. [6] Так, например, в России наиболее популярными инстаблогерами, которые размещают рекламу, являются Ксения Бородина, Ольга Бузова, Настя Ивлеева, Настасья Самбурская. [2]

Проанализировав их и некоторые другие блоги, можно сделать вывод, что среди продуктов, которые наиболее часто рекламируются и имеют успех продаж, 1 место занимает ювелирные изделия, на 2 месте находятся детские развивающие игрушки, поскольку целевая аудитория - это молодые мамы до 34 лет. На следующей позиции находятся товары ручной работы, т.к. всё уникальное обычно привлекает внимание. Также очень часто на страницах известных блогеров можно увидеть рекламу косметики и парфюмерии, одежды, аксессуаров, мобильных приложений, салонов, ресторанов. Instagram подходит для разных продуктов, главное-нужно уметь подать его «вкусно». Знание потребностей целевой аудитории, её размера и особенностей, объективная оценка ёмкости рынка - все это позволяет эффективно продвигать товарную массу конечным потребителям через интернет-магазины.

Таким образом, Инстаграм является очень перспективной платформой для эффективного развития бизнеса. Являясь исключительно визуальной платформой, идеально подходит для продвижения брендов и продажи таких товаров, как одежда, обувь, аксессуары, косметические средства, косметологические услуги, изделия ручной работы. Вместе с этим в Инстаграм раскрутка компаний, занимающихся страхованием, ремонтом бытовой техники или биржевыми операциями будет менее эффективна, чем, например, в Фейсбуке. [4]

Список литературы

1. Дмитрий Дементий. Как использовать Instagram для продвижения бизнеса. [Электронный ресурс]. - URL: <http://texterra.ru/blog/kak-ispolzovat-instagram-dlya-prodvizheniyabiznesa-13-prakticheskikh-sovetov.html> (дата обращения 30.11.2018 г.).
2. Инстаграм [Электронный ресурс]. - URL: <https://www.instagram.com/?hl=ru> (дата обращения 1.12.2018 г.).
3. Крюкова Е., Савельев Д. 100+ хаков для интернет-маркетологов : как получить трафик и конвертировать его в продажи - Москва: Альпина Паблшер, 2018 [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=495615> (дата обращения 30.11.2018 г.).
4. Маркетинг в XXI веке : глобализация и новые технологии: сборник статей - Москва, Берлин: Директ-Медиа, 2017 [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=473030> (дата обращения 30.11.2018 г.).
5. Почему Инстаграм - новая «золотая жила» интернета? [Электронный ресурс]. - URL: <http://valimizofisa.ru/pochemu-instagram-novaya-zolotaya-zhila-interneta/> (дата обращения 30.11.2018 г.).
6. Халилов Д. Маркетинг в социальных сетях / Иванов и Фербер. - М., 2013. - С. 376.

© О.А. Кукушкина, 2018

УДК 339.138

**МАРКЕТИНГОВАЯ СТРАТЕГИЯ КАК МЕТОД УКРЕПЛЕНИЯ
КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ТУРИНДУСТРИИ РОССИИ
НА МИРОВОМ РЫНКЕ**

Е.Е. КУПРИЯШКИНА

студент

Научный руководитель

И.В. ТЕРЕНТЬЕВА

старший преподаватель кафедры бизнеса в сфере услуг

«Новосибирский государственный университет экономики и управления»

г. Новосибирск

В работе указаны особенности маркетинговой стратегии в туристской сфере. Определены наиболее значимые направления маркетинговых исследований. Доказана важность роли маркетинга в вопросе повышения конкурентоспособности туристских услуг.

Ключевые слова: туризм, маркетинговая стратегия, туристский маркетинг, конкурентоспособность, национальный продукт.

В вопросе маркетинговых исследований, их проведения, туристская отрасль не отличается продвинутостью, знанием и умением максимально использовать возможности данного процесса. Даже в вопросе исследования въездных и выездных потоков получение статистических данных вызывает ряд трудностей. Проблема информационного «голода» в сфере туризма не может существенно облегчиться с появлением большого количества публикаций исследований рынка туристских услуг. Значимое изменение в данном вопросе может наступить тогда, когда решения начнут приниматься не на основе усред-

нения экспертов, а глядя на реальное состояние рынка туристских услуг. Систематическое проведение маркетинговых исследований в данном случае является обязательным условием правильного функционирования системы. В области их проведения, помимо проблемы дефицита информации, существует ряд специфических условий, которые связаны с состоянием туристической отрасли на сегодняшний день. Они вызваны большим количеством игроков на рассматриваемом рынке, и, как следствие, пересечением сфер интересов [5].

Государство выражает стратегию маркетинга в рассматриваемой сфере через осуществление туристской политики [2]. Тактика проведения туристского маркетинга отражается в принимаемых пунктах законодательства, государственных планах и программах. Выходя на международный рынок, государство становится элементом системы конкурентных отношений с другими государствами. В случае, если стратегия туристского маркетинга построена и реализована грамотно, страна занимает выгодные позиции на международном туристском рынке.

Стратегия туристского маркетинга базируется на анализе возможностей рынка, выборе его целевых сегментов, в разработке всего комплекса маркетинга как на локальном уровне (конкретная организация), так и на уровне государства.

Главным элементом системы реализации концепции туристского маркетинга государства выступает Национальная туристская администрация (НТА). Но помимо НТА существует немало других организаций, занимающихся разработкой и реализацией туристской политики. Например, законодательные, исполнительные органы власти как на государственном, так и на региональном уровнях, профессиональные союзы, общественные организации и объединения, научно-исследовательские организации.

Таким образом, осуществление маркетинговой стратегии туризма начинается с анализа возможностей рынка (где под производителем подразумевается государство, а продуктом выступает национальный туристский продукт, конкуренты - другие государства, а потребители - туристы из других стран).

Для формирования представления возможностей существующего рынка туризма следует провести ряд исследований по таким направлениям, как [4]:

- маркетинговая среда в целом;
- национальный туристский продукт;
- конкуренты;
- потребители;
- мировой туристский рынок.

Исследования по данным направлениям проводятся при необходимости выявления сильных или слабых сторон для определения возможных преимуществ перед конкурентами.

Основываясь на проводимых исследованиях, государство определяет цели маркетинговой политики в сфере туризма, а также стратегии достижения этих целей. Стратегия национального туристского продукта затрагивает такие мероприятия, которые направлены на предоставление условий для роста производительности в создании национального

туристского продукта, рационального распределения ресурсов, обеспечение безопасного перемещения по стране.

Одной из наиболее важных целей маркетинга отдельных регионов выступает привлечение туристов в данный регион. Туристский регион - это отдельная территориальная единица, которая основалась на общности культурных, природных или иных ресурсов [3]. Она объединена общей туристской инфраструктурой и воспринимается людьми как целостный объект. Отличительной чертой маркетинга регионов (в сравнении с национальным уровнем) является стремление привлечь туристов как из-за рубежа, так и из других регионов страны.

Интересной особенностью маркетинга регионов является то, что он служит не только для привлечения туристов, но и для регулирования потоков туристов. Они могут носить сдерживающий характер, появляясь в ситуации перегрузки экологической системы или недовольства местных жителей.

Таким образом, могут выделяться несколько основных групп заказчиков, которые больше всего заинтересованы в проведении маркетинговых исследований сферы туризма [1]:

- 1) Национальные представительства стран, чьей задачей выступают отслеживание уровня интереса зарубежных (российских) туристов к своей стране, а также поиск возможностей продвижения своего направления на рынке туризма России;
- 2) Продвинутые, наиболее активные туроператоры, стремящиеся не только удержать свои позиции, но и найти новые направления для своего развития;
- 3) Организации, деятельность которых тесно связана с туризмом.

И если для первой и третьей группы необходимость проведения исследований носит, скорее, эпизодический характер, то для туроператоров зависимость от конъюнктуры рынка велика и постоянна. Понимание ситуации на рынке и умение прогнозировать ее являются секретами успеха туроператора на сегодняшний день.

Подводя итоги сказанного, хотелось бы надеяться, что проведение маркетинговых исследований в скором будущем может дать серьезный толчок к развитию туристской индустрии, повысив уровень конкурентоспособности туристских услуг.

Список литературы

1. Грачева О.Ю. Организация туристического бизнеса: технология создания турпродукта. - М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и Ко», 2014
2. Квита, Г.Н., Ваньков, С.П. К вопросу о содержании понятия «региональный туристский продукт» // Г.Н. Квита, С.П. Ваньков // Активизация интеллектуального и ресурсного потенциала регионов: Материалы 4-й Всероссийской научно-практической конференции: в 2 частях. - 2018. - С. 462-467.
3. Леушина О.В., Зотова Е.Г. Проектирование и внедрение нового турпродукта // Россия и Европа: связь культуры и экономики: Материалы XXII международной научно-практической конференции. 2018. - С. 220-222.
4. Севастьянова С.А. Региональное планирование развития туризма и гостиничного хозяйства. - М.: КНОРУС, 2014
5. Севрюков И.Ю. Рынок туристских услуг: современное состояние и тенденции развития // Экономика: теория и практика. - 2016. - № 4 (44). - С. 43-48.

© Е.Е. Куприяшкина, 2018

ЦИФРОВОЕ ПРОСТРАНСТВО В УПРАВЛЕНИИ ПЕРСОНАЛОМ

Е.А. МАЛЫШЕВА

кандидат экономических наук, доцент

Ю.А. ШЛЯХОВА

студент

Ю.В. ШАРИКОВА

кандидат экономических наук, доцент

Самарский государственный экономический университет

г. Самара

В данной статье рассматриваются основные HR-тренды, формирующие дальнейшее представление о развитии области управления персоналом. Специфика использования популярных социальных сетей в России для поиска потенциальных кандидатов.

Ключевые слова: социальный рекрутинг, подбор, диджитал, HR-тренды, социальные сети.

В современном мире человека можно назвать самым главным ресурсом любой организации, а процесс управления персоналом одной из активно развивающихся сфер управления. Сейчас HR претерпевает серьезные и глубинные изменения. Всего лишь несколько лет назад процесс управления персоналом выполнял вспомогательную функцию при формировании бизнес стратегии, теперь область HR берет на себя ключевую роль в цифровизации БП. Если раньше менеджер по персоналу должен был быть гуманитарием, то сейчас этот образ становится собирательным. Важно уметь проводить аналитику воронок подбора, определять индекс развития HR бренда, кроме этого развиваться в области маркетинга и SMM пространстве, и это даже не все, что должен знать профессионал в этой области знаний.

Увеличение потребительской активности в digital пространстве и разработка новых моделей бизнеса изменили управление трудом и человеческими ресурсами. На основе этого были выделены HR тренды, которые задают новые подходы к повышению эффективности: переход на виртуальные рабочие места и гибкая занятость, интеллектуализация и роботизация, использование и развитие digital пространства, автоматизация и цифровизация во всех областях управления персоналом, развитие корпоративных социальных сетей, онлайн-обучение в любом месте и в любое время, персональный подход и когнитивные технологии. Всё это формирует дальнейшее представление о развитии области управления персоналом.

Современность трактует персонализацию подходов к человеческим ресурсам, при этом сотрудники компании становятся уникальным носителем свойств. Основной задачей специалиста по работе с персоналом становится удовлетворение индивидуальных потребностей. Руководители в первую очередь реализуют идеи, которые «подслушаны» в коллективе, а не скопированы из опыта других организаций. Уже сейчас наблюдается бум карьерного коучинга, консультирования и психотерапии. Растет интерес к программам благополучия сотрудников - well-being, которые должны помочь сохранить баланс работы и личной жизни и повысить производительность труда, вовлеченность и удовлетворенность трудом. Крупный бизнес пересматривает подходы к работе с кадровым резервом, введение позиции внутреннего карьерного консультанта, проведение обучения сотрудников на тему управления карьерой.

Новые тенденции на просторах интернета привели к тому, что возросли требования клиентов и потребителей к удобству и скорости совершения покупки товара или услуги, не выходя из дома, возможность доступа к оценке качества товара или услуги другими пользователями, осуществление оплаты с помощью современных платежных систем. Все эти запросы теперь можно выполнить в интернете. Не стоит в очередной раз доказывать, что огромную часть времени мы проводим со смартфоном в руках. Особенно это относится к молодым людям, которым просто необходимо, чтобы все жизненные процессы вращались вокруг возможности смахнуть пальцем лишнее с экрана своего телефона. Поэтому каждая компания старается разработать либо мобильную версию сайта, либо приложение для смартфона, чтобы потребители, даже, находясь далеко от компьютера и ноутбука, круглосуточно имели доступ к товарам и услугам.

В HR пространстве работные сайты по поиску персонала начинают себя исчерпывать, не всегда идеальный образ сотрудника можно найти и выбрать из размещенных резюме, например, на hh или авито. С такой проблемой менеджеры по персоналу сталкиваются при поиске узкоспециализированных кандидатов в такие сферы, как IT, дизайн, SMM и т. д. У многих возникает вопрос, как «хантить» профессионала, в идеале у своего прямого конкурента. Социальные сети помогают находить тех, кто хорошо спрятался или находится в пассивном поиске. Ведь тот, кто не ищет работу сегодня, вполне может заинтересоваться работой завтра. Это действительно уникальное свойство соц. сетей - как иначе можно привлечь кандидата, который пока не задумывается о смене работы, но очень вам подходит?

Итак, «социальный рекрутинг - это стратегия поиска кандидатов в социальных сетях с помощью разных инструментов, которая стала использоваться в России совсем недавно». [1] По данным HR Digital School порядка «59% соискателей в мире ищут работу в социальных сетях. Из них 73% соискателей в возрасте от 18 до 34 лет нашли свою работу через социальные сети. В России 28% кандидатов ищут работу в сети facebook, 55% используют «Vkontakte» для поиска работы. Но при этом всего лишь 13% рекрутеров тратят от 2 до 5 часов рабочего времени на работу в социальных сетях». [2] Основываясь на высоких темпах развития интернета и данных, представленных выше, можно сделать вывод, что современным HR специалистам просто необходимо научиться использовать digital пространство для поиска и подбора качественных кандидатов.

Но даже профессионалы рекрутмента не всегда правильно используют социальные сети. На данном этапе, можно сказать, что большая часть не умеет этого делать. Основная причина кроется в следующем: отсутствует точное понимание принципа работы разных социальных сетей, отсутствие четкой стратегии и контента, отказ от эстетической составляющей, а также низкий уровень использования аналитики.

Прежде чем заниматься подбором персонала в социальных сетях, необходимо определить, как компания позиционирует себя на рынке кандидатов. Составить точный образ потенциального кандидата, учитывая его интересы и потребности. После этого определить возможные социальные сети, в которых активно присутствуют ваши возможные сотрудники. Очень важно, при этом, не пытаться объять необъятное и работать во всех социальных сетях. Это чревато потерей ресурсов и снижением продуктивности. Так, например, нет смысла искать разработчика android или тестировщика мобильных приложений на «Одноклассниках», но очень даже стоит посмотреть в «Facebook» и «Vkontakte».

Стереотипы никуда не денутся

ство очень просто - это взаимные репосты, главное найти группы и сообщества, с которыми вы будете сотрудничать. Особенность работы с социальной сетью Instagram заключается в том, что 77% пользователей в России являются женщины. Прежде чем зарегистрироваться в Twitter нужно несколько раз подумать. Он является нескончаемым источником творческих и талантливых людей, создателей контента, рекламщиков, готовых продвигать свой бренд. Но 140 знаков и одно изображение - главная сложность при создании и размещении контента.

Для многих людей сложилась четкая дифференциация: «Facebook для работы», «VK для шуток и мемов», «Twitter для нитья». Вокруг вас есть люди, которые могут стать потенциальной аудиторией, а в дальнейшем сотрудниками вашей компании. У них есть друзья, именно так формируется огромная сеть знакомств, которая точно будет работать на вас. Стоит лишь только приложить немного усилий, проанализировать конкурентов, целевую аудиторию, определить роль бренда, и кем вы хотите быть в глазах целевой аудитории на просторах интернета. Только после этого выбирать эффективные каналы коммуникаций и социальные сети, которые вы собираетесь использовать для каждого сегмента аудитории.

Итак, проведенное исследование позволило сформировать положительный имидж компании на просторах интернета. Еще одной важной ошибкой при использовании социального рекрутинга является неправильное описание вакансии. Сейчас не достаточно просто скопировать текст вакансии с рабочего сайта. Помните, что размещая каждую вакансию в социальных сетях, необходимо ее адаптировать под конкретную аудиторию, не только написать «вкусно», но и подобрать интересные изображения (GIF). При этом не стоит злоупотреблять глянцевыми фотографиями с просторов интернета, аудитории важны «живые» фото, желателен, оформленный в едином фирменном стиле. Социальные сети работают на визуализацию, в большом количестве новостей мало кто будет читать новость, полностью состоящую из печатных знаков, если вас не заметили, то ваша вакансия ушла в «небытие».

Следовательно, заинтересовать аудиторию и выделиться среди всех - это главное, на что компания должна обращать внимание при размещении контента. Но не нужно надеяться на успех, если вы публикуете в своей «карьерной» группе только вакансии, которые еще и появляются с периодичностью раз в неделю. При этом узнаваемость HR-бренда будет стремиться к нулю. Важно составлять контент-планы, где будет отражаться содержание контента, тип, периодичность размещения и каналы коммуникаций.

В современном мире сформировалась такая тенденция, что сотрудники выбирают компанию, а не компании сотрудников. При этом люди стали гораздо чаще менять работу, чем раньше. В первую очередь социальные сети необходимы для распространения вашей информации. Используйте фишки каждой социальной сети, расширяйте узнаваемость своей компании в интернете. Даже если люди, которые слышат или читают ваше сообщение, не являются целевой аудиторией, но, возможно, вам подойдут их друзья и знакомые.

Список литературы

1. Гид по социальному рекрутингу. <https://docviewer.yandex.ru/view/417213276/?%Z1%2FMs4p1TUnu1ijini3i9EW01ld7InVybcI6lnHhLW1haWw6Ly8xNjQ2Nj4NjEzNzU3MzUwNzAvMS4yIiwidGI0bGUlOiLQodC%2B0YbQuNCw0LrRjNC90YvQuSDRgNC10LrRgNGD0YLQuNC90LMucGrmlwidWlkljoiNDE3MjEzIiwieXUjOi0NDQ2NDU3MzAzNTA5NDQyNTM1Iiwibm9pZnJhbWUiOmZhbHNILCJ0cyI6MTU0NDU1MDUwNTA4MX0%3D>
2. Информационная площадка для обучения «HR Digital School». <https://hrdigital.ru.timepad.ru/events/>

нируют комиссия по разрешению споров и межотраслевой экспертный совет, обеспечивающие создание бизнес-практик и достижение компромисса интересов разных групп стейкхолдеров [1, с. 86]. При этом важно, чтобы стратегии развития транзакционных индустрий исходно имели не прямой (базирующийся на жестких целях, заданиях и индикаторах), а стимулирующий характер [5], т.е. такие стратегии должны быть снабжены комплексом разноплановых стимулов для различных групп субъектов. Нужна и общая, рамочная национальная стратегия развития транзакционного сектора, увязывающая отраслевые стратегии в единую систему.

Второй вектор направлен на приоритизацию производства интеллектуальных транзакционных услуг с высокой добавленной стоимостью и высокотехнологичными рабочими местами, а также поддержку экспорто-ориентированных транзакционных компаний. Транзакционный сектор охватывает индустрии и компании с разным уровнем конкурентоспособности, поэтому стратегии развития транзакционных индустрий должны быть сфокусированы на поддержке наиболее перспективных, современных транзакционных бизнесов, создавая другим компаниям стимулы для модернизации.

Третий вектор связан с внедрением института агентств развития на федеральном и региональном уровне. Одной из типовых функций таких агентств должно стать стимулирование развития транзакционного сектора, в том числе через реализацию стратегических программ и разработку инициативных проектов. Так, опыт Великобритании по интенсификации развития индустрии дизайна показал, что региональные агентства развития обеспечили поддержку около 6000 компаний и совместно с предпринимателями разработали более 70 инициатив по интеграции креативных и традиционных видов бизнеса [6, р. 2-3].

Четвертый вектор направлен на создание национальной базы данных транзакционных фирм (в том числе инфраструктурных организаций транзакционного сектора, в частности, образовательных учреждений, готовящих студентов к транзакционным профессиям). Разработка интерактивной карты транзакционных видов деятельности и компаний. Формирование портала о регулировании транзакционного бизнеса с открытым доступом к нормативно-правовой документации и сопутствующим материалам (сборникам лучших практик и т.д.) [7, р. 13].

Стимулирование транзакционных (маркетинговых, организационных, коммуникационных, а также институциональных) инноваций должно стать важным направлением государственной экономической политики, преодолев тем самым длительную и пагубную инерцию техноцентричного понимания инноваций.

Список литературы

1. Доклад о целях и задачах Минпромторга России на 2016 год и основных результатах деятельности за 2015 год. М., 2016. 218 с. URL: http://minpromtorg.gov.ru/common/upload/files/docs/Doklad_MPT_072016.pdf.
2. Приказ Министра промышленности и торговли РФ № 2733 от 25 декабря 2014 г. «Об утверждении Стратегии развития торговли в Российской Федерации на 2015-2016 годы и период до 2020 года». URL: http://minpromtorg.gov.ru/common/upload/files/docs/Prikaz_Minpromtorga_Rossii_ot_25.12.2014_N_2733.pdf.
3. Распоряжение Правительства РФ от 22 июля 2013 г. № 1293-р «Об утверждении Стратегии развития страховой деятельности в Российской Федерации до 2020 года». URL: <http://www.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc&base=LAW&n=150175&fid=134&dst=1000000001,0&md=0.20856641018594013#0>.
4. Стратегия развития финансового рынка Российской Федерации на период до 2020 года (утв. распоряжением Правительства РФ от 29 декабря 2008 г. № 2043-п). URL: <https://rg.ru/2009/01/27/strategiya-dok.html>.
5. Тамбовцев В. Программы развития: к методологии разработки // Вопросы экономики. 2007. № 12. С. 96-110.

6. Beyond the creative industries: making policy for the creative economy. London: NESTA, 2008. 4 p. URL: https://www.nesta.org.uk/sites/default/files/beyond_the_creative_industries.pdf.

7. Transforming Services Sector. Strategy Paper № 18. Putrajaya, 2011. 82 p. URL: <http://rmk11.epu.gov.my/pdf/strategy-paper/Strategy%20Paper%2018.pdf>.

© И.В. Марущак, 2018

УДК 338

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ РАБОТЫ С КЛИЕНТСКОЙ БАЗОЙ ТУРИСТСКОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

А.Ю. МОРОЗОВА

студент

Научный руководитель

Е.Г. ЗОТОВА

старший преподаватель кафедры бизнеса в сфере услуг
«Новосибирский государственный университет экономики и управления»
г. Новосибирск

В статье рассматриваются вопросы создания и развития клиентской базы предприятия. Определяются цели работы с клиентской базой.

Ключевые слова: клиентская база, туристское предприятие.

Туристская индустрия со времён своего появления и по сей день не может существовать без потребителей своих услуг, то есть клиентов. Именно клиенты побуждают туристскую индустрию к прогрессу.

На текущий момент очевидным следует признать факт, что определяющим критерием эффективности бизнеса в условиях высокой конкуренции на потребительском рынке остается активная и постоянная работа с клиентской базой - периодическая актуализация клиентской базы, поиск и привлечение новых, удержание и ведение существующих клиентов [1].

Поскольку, на рынке туристских услуг всё больше заполняет собой конкурентная среда, туристские предприятия вынуждены принимать меры по улучшению своей сервисной деятельности. Необходимо формировать и зарождать новые туристские направления и турпакеты, активно пользоваться средствами массовой информации, чтобы конкурировать с аналогичными организациями распространителей туристских услуг.

Тем самым данный процесс приведет к привлечению новых клиентов, формируя в их подсознании положительный образ своей туристской организации.

К сожалению, в современном мире многие компании относятся к этому процессу либо не профессионально, либо, пренебрегая интересами клиентов, пользуясь только основной целью коммерческой организации - получению прибыли за счет клиентов. Это и является основной проблемой на туристском рынке. Низкое качество деятельности турфирмы может не только не нести пользы для организации, но и самое ужасное, нанести максимальный вред для деятельности компании, что может привести к закрытию и бесследному исчезновению турфирмы.

Клиентская база - это база данных, содержащая сведения обо всех клиентах компании, когда-либо совершавших с ней сделки. Кроме того, иногда к клиентской базе относят и сведения о потенциальных клиентах компании [4].

К основным целям составления клиентской базы можно отнести:

1. Обеспечение сохранения и преемственности информации. То есть в случае потери менеджера по продажам, вся информация о клиенте остаётся для последующего специалиста.

2. Оценка перспективы. В данном случае компания может знать о том какой сегмент рынка захвачен предприятием, а на какой ещё нужно сделать упор.

3. Анализ для более глубокого представления о клиентах и желаниях туристов, как отдельно, так и в целом.

4. Маркетинговое планирование и формирование маркетинговых стратегий. Умение подобрать индивидуально предложение для каждого клиента, изучив всю специфику его интересов и возможностей.

На стадии формирования маркетинговой стратегии осуществляется выбор целей маркетинговой деятельности туристической организации и путей их достижения. Применительно к многообразным рынкам и тем или иным продуктам стратегии маркетинга могут быть различны. Первостепенным их фактором является ориентация на оптимальное использование ресурсов предприятия и предотвращение снижения эффективности его функционирования [2].

Можно выделить следующие способы использования баз данных туристского предприятия:

1. Нахождение потенциальных покупателей.

2. Определение покупателей, которым следует направить конкретное предложение.

3. Упрочнение лояльности покупателей.

4. Реактивация покупок.

Одной из особенностей работы с клиентской базой в туризме является то, что ее нельзя осуществлять лишь на короткий срок, так как она требует постоянного вмешательства в организацию планирования и осуществления своей деятельности. Очень важно выработать стандарт, как часто должна обновляться база данных в турфирме, с какой периодичностью должны осуществляться контакты с клиентами, как часто информация должна заноситься в базу и далее постоянно следить за соблюдением данных стандартов.

Работа с клиентской базой туристского предприятия включает в себя 5 процессов [3]:

1. Формирование клиентской базы - кто наши клиенты, каких именно клиентов мы привлекаем.

2. Способ учета информации о клиентах - что собой представляет база данных о наших клиентах.

3. Работа с клиентской базой и учет текущей информации о клиентах.

4. Анализ информации о клиентах.

5. Принятие решений по работе с клиентами на основе анализа.

Наиболее часто встречаемые трудности при работе с клиентской базой туристского предприятия:

1. Туристское предприятие имеет много клиентов, но процент постоянных клиентов незначителен. Чаще всего это вызвано низкой активностью турагентов и заинтересованностью в своей деятельности.

2. Немалое количество клиентов совершают незначительные покупки, что влечет для турфирмы только убытки. В таком случае турагентству следует сменить персонал, который не может продать турпродукт по высокой цене.

3. Клиенты стали реже делать повторные покупки. Это происходит, либо из-за того, что компания не выясняет причину повторного отказа от своих услуг у клиентов, либо менеджеры не заинтересованы в решении данной проблемы.

4. 80% целевых клиентов покупают редко и мало. С такой проблемой может столкнуться турагентство из-за устаревших данных клиентской базы.

Таким образом, можно сказать, что правильное формирование клиентской базы может принести компании немалую прибыль, а также выгоду, зная потребности своего клиента и личную информацию о нем.

Чтобы деятельность туристского предприятия давала как можно эффективные результаты не только внутри организации, но и на туристском рынке в целом, стоит заострить своё внимание на создании клиентской базы. Создавая бизнес, нужно начинать вести подробную базу уже с первого клиента.

Список литературы

1. Квита, Г.Н., Ваньков, С.П. К вопросу о содержании понятия «региональный туристский продукт» / Г.Н. Квита, С.П. Ваньков // Активизация интеллектуального и ресурсного потенциала регионов: Материалы 4-й Всероссийской научно-практической конференции: в 2 частях. - 2018. - С. 462-467.
2. Леушина, О.В. Инновационные бизнес-модели коммерческих структур / О.В. Леушина // Сибирская финансовая школа. - 2015. - №3 (110). - С. 23-27.
3. Леушина О.В., Зотова Е.Г. Проектирование и внедрение нового турпродукта // Россия и Европа: связь культуры и экономики: Материалы XXII международной научно-практической конференции. 2018. - С. 220-222.
4. Нюренбергер, Л.Б. Современные тенденции формирования туристско-рекреационного спроса населения / Л.Б. Нюренбергер // Труд и социальные отношения. 2009. - №6. - С. 34-37.

© А.Ю. Морозова, 2018

УДК 338

ОСОБЕННОСТИ КАДРОВОГО МЕНЕДЖМЕНТА В СФЕРЕ УСЛУГ (НА ПРИМЕРЕ ПРЕДПРИЯТИЯ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ)

Д.Н. НЕФЕДОВА

студент

Научный руководитель

Е.Г. ГУРЕЕВА

кандидат педагогических наук, доцент кафедры управления,
сервисных технологий и экономического образования

Самарский государственный социально-педагогический университет
г. Самара

В статье анализируются особенности кадрового менеджмента в сфере услуг, связанные со спецификой услуг, универсальностью специалистов, эффектами командной работы; на примере предприятия общественного питания проанализированы особенности кадрового менеджмента, сформулированы рекомендации по повышению эффективности управления персоналом.

Ключевые слова: сфера услуг, кадровый менеджмент, мидл-менеджер, управление конфликтами, ресторанный бизнес.

Учитывая, что в России быстрыми темпами развивается рынок по оказанию услуг в различных сферах, где персонал оказывает услуги потребителю при непосредственном контакте с ним, вопросы качества обслуживания и удовлетворенности клиента стоят наиболее остро.

Актуальные проблемы, с которыми приходится сталкиваться менеджеру и трудовому коллективу:

- как развивать профессиональные качества персонала для эффективной рабочей деятельности?
- как повысить количество высококвалифицированных сотрудников?
- каким должен быть руководитель, чтобы подчиненные всегда оставались довольные своей работой?
- как грамотно должен взаимодействовать менеджер и персонал, чтобы клиенты хотели вернуться в эту организацию? [1].

Проблема взаимодействия трудового коллектива и менеджера несомненно является актуальной, так как сфера оказания услуг развивается и решающее значение имеет полезный эффект для потребителя, который напрямую зависит от каждого сотрудника.

Целью исследования является разработка рекомендаций по эффективному взаимодействию трудового коллектива и менеджера современной организации.

Объектом исследования выступает процесс управления персоналом, а предметом исследования - взаимодействие трудового коллектива и менеджера организации.

Одной из важнейших составляющих менеджмента выступает управление персоналом, которое касается не только сотрудников, но и организации в целом. Невозможно представить успешное ведение бизнеса без квалифицированных сотрудников, которые ответственно относятся к своей работе. Целью менеджмента по отношению к персоналу являются объединение и развитие усилий тех, кто составляет предприятие в рамках эффективной организации труда и, принимая во внимание благосостояние каждого работника и рабочих групп, стремление, чтобы они наиболее эффективно работали на благо компании.

Учитывая, что управление трудовым коллективом связано не только с гуманитарными и социальными аспектами изменений внутренней среды организации и методов работы, но также с экономическими и политическими переменами в обществе, необходимо:

- отслеживать размер заработной платы, установленной в других компаниях, чтобы поддерживать систему вознаграждения, принятую в компании, на том же уровне;
- мотивировать к работе, т.е. стимулировать работников работать более эффективно;
- вести учет профессиональных достижений работников и ведение специальных баз данных;
- применять правила охраны здоровья и техники безопасности в целях предотвращения несчастных случаев на производстве и обеспечения всего необходимого для оказания первой неотложной помощи и так далее.

Управление персоналом можно рассматривать как часть менеджмента, которая имеет дело с работниками на рабочих местах и занимается:

- привлечением, отбором, переводом, продвижением, разделением, оценкой, подготовкой и развитием кадров;
- мотивацией, а именно разработкой основных должностных обязанностей, системой вознаграждения, построением системы дополнительных льгот, консультациями, участием работников в управлении, переговорами с работниками;

• социальной защитой, то есть созданием безопасных условий труда, обеспечением соблюдения законодательства.

С точки зрения влияния поведения работников на качество услуг необходимо отметить особую роль обслуживающего персонала в достижении требуемых финансовых результатов предприятия. В данном контексте существует обратная взаимосвязь, которая заключается в том, что чем больше период времени, в течение которого идет взаимодействие между персоналом и посетителем, тем выше вероятность, что качество услуги будет зависеть от поведения персонала. Поэтому при отборе обслуживающего персонала особую важность приобретает способность работника к общению с людьми, что предполагает наличие таких черт характера, как отзывчивость, вежливость, терпеливость, быстрая реакция на изменение обстановки.

Как пример можно рассмотреть ресторан быстрого обслуживания Макдональдс. Успех данной компании частично объясняется использованием рабочей силы низкой квалификации, но с высокой производительностью за счет разработки детальных стандартов в области технологий, оборудования, правильной уборки помещений, временного хранения нереализованной продукции. Именно появление компании Макдоналдс ознаменовало переход к массовому производству в сфере услуг. Успех каждого сервисного предприятия в наибольшей мере зависит от эффективности управления персоналом, также включая процедуры найма, отбора, обучения и удержания сотрудников.

На сегодняшний день все компании признали, что качество личного сервисного контакта играет важнейшую роль в формировании у посетителей чувства удовлетворения уровнем обслуживания и становится мощным конкурентным преимуществом. Важно понимать, что воссоздать высокопроизводительный персонал намного сложнее, чем какой бы то ни было другой корпоративный ресурс [1]. Ведь для того, чтобы достичь эффективного управления маркетинговой операционной функциями компании необходимо не только понимание, разделение и поддержание работниками основных целей компании, но и наличие навыков для выполнения их должностных обязанностей, включая умение работать в команде. Одним из уникальных особенностей человеческих ресурсов в сфере обслуживания выступает то, что сотрудники, непосредственно контактирующие с потребителем, рассматриваются как часть товара, поскольку обеспечивают его функциональное качество [2]. Персоналу, непосредственно контактирующему с клиентами, приходится работать над достижением как операционных, так и маркетинговых целей. С одной стороны, он должен помогать «производить» сервисный продукт. А с другой - ему нередко приходится заниматься его сбытом. Таким образом, работник компании в сфере услуг может выполнять тройную функцию: одновременно быть специалистом по выполнению той или иной операции, продавцом и частью сервисного продукта. Такое множество ролей - явление, получившее название «граничный охват», довольно часто ведет к конфликтам среди работников, особенно когда они ощущают себя в одинаковой степени тесно связанными как с клиентами, так и с менеджерами и другими работниками компании [3]. Именно для исключения подобного рода конфликтов и для более тесного взаимодействия в работу большинства организаций вовлечены менеджеры.

Рассмотрим общие требования, которые входят в обязанности менеджера, вне зависимости от места практики его деятельности. Так в обязанности менеджера входят определение цели и выбор средств ее достижения, установление приоритета задач в работе организации и прогнозирование возможных последствий их решений. Он должен предвидеть определенные события, проявлять гибкость в планировании. Необходимо умение делегировать работникам полномочия и ответственность, предоставляя право

высказывать собственное мнение, при этом сохранив за собой результатов функцию работая контроля [4]. Для достижения менеджер должен уметь мыслить стратегически, владеть навыками интуитивного мышления, принимая быстрые и правильные влияет решения в условиях неполного участия работников [5]. Добиться этого действительно невозможно, не имея широкого кругозора, прочных знаний, без понимания роли самообучения и естественного общения (без принуждения).

Менеджеру, который практикует свою деятельность в Макдоналдс, помимо перечисленных качеств, необходимо обладать умением координировать, налаживать работу коллектива так, чтобы удовлетворены были не только гости ресторана, но и сами сотрудники получали удовольствие от выполняемой ими работы. Достичь такой гармонии достаточно сложно, именно поэтому помимо лидерских качеств необходимо умение находить общий язык и регулировать конфликты, связанные как с гостями, так и с сотрудниками.

Таким образом, современному бизнесу сферы обслуживания нужен такой персонал управления, который способствовал бы обеспечению выполнения любого заказа, любых ожиданий клиентов [6]. Речь идёт не только и не столько о расширении технических возможностей предприятия, сколько об усилении заинтересованности в борьбе за потребителя через профессиональное и культурное развитие работников этих предприятий.

В условиях однообразной работы и низкого профессионального уровня и организационной мотивации сотрудников авторитарный стиль управления является наиболее приемлемым, так как имеет свои сильные стороны. Важным является то, что такой стиль управления позволяет быстро принимать решения и стабилизировать ситуацию, какой бы сложной она не была. Это указывает на склонности персонала к принятию решений, ориентированных на закон, нормы, правила, стремлению найти правильное решение и прийти к единому мнению [7]. В целом, для ресторана Макдоналдс, данные стили управления уместны, и необходимо их придерживаться, делая акцент на доброжелательности. Для эффективной работы важно уважать своих коллег, отдавать должное их достоинствам, помогать справляться со своими недостатками, доверять людям и стараться выполнять свою работу как можно лучше. Именно для этого в ресторане существуют собрания, проводимые на постоянной основе раз в полгода, а также выезды, которые позволяют объединить весь персонал организации. Возможно, стоило бы их проводить чаще для того, чтобы более тесно наладить отношения между сотрудниками. Компания Макдоналдс уважает и ценит своих сотрудников, всегда поощряя их за успехи и достижения. Взаимоотношения менеджера и работников основаны на понимании того, что ни один сотрудник не застрахован от неудачи или совершения ошибки. Отрицательным моментом является то, что в ресторане наблюдается отсутствие тесной взаимосвязи и взаимодействия между производственными подразделениями, что нередко приводит к конфликтам. Необходимо уладить это посредством обеспечения ресторана необходимым количеством работников. Для наиболее рационального использования фонда рабочего времени работников менеджерами станций и старшими менеджерами смен необходимо провести их обучение, а также не реже 1 раза в месяц проводить собрание менеджеров и обсуждение достигнутых результатов. Непрерывное совершенствование порядка и условий составления расписания позволит повышать общий фонд рабочего времени работников ресторана и, тем самым, эффективность использования трудовых ресурсов.

Таким образом, применив рекомендации по усовершенствованию, система взаимодействия менеджера и сотрудников в ресторане Макдоналдс может стать эффективнее.

Список литературы

1. Кабаков В.С. Менеджмент: проблемы - программа - решение / В.С. Кабаков, Ю.М. Порховник, И.П. Зубов. - М.: Лениздат, 2016. - 112 с.
2. Маслов, Е.В. Управление персоналом предприятия [Текст]: учебное пособие / под ред. П.В. Шеметова. - М.: ИНФРА-М, 2014. - 312 с.
3. Дубова Е.А. Управление персоналом в быстрорастущих компаниях [Текст]: учебное пособие. - Е.А. Дубова, С.П. Хамаганова // Справочник по управлению персоналом. № 2. 2015. С. 15.
4. Воловская Н.М. Экономика и социология труда [Текст]: учебное пособие / Н.М. Воловская. - М.: ИНФРА-М, 2014. - 204 с.
5. Гордеева, Е.С. Кадровый резерв как эффективная система [Текст] / Е.С. Гордеева // Справочник по управлению персоналом. № 11. 2014. С. 55-56.
6. Круи М. Основы риск-менеджмента / М. Круи, Д. Галай, Р. Марк. - Люберцы: Юрайт, 2015. - 390 с.
7. Десслер, Гари. Управление персоналом [Текст]: учебное пособие / под ред. Р.И. Шленова. - М.: Издательство «БИНОМ», 2014. - 432 с.

© Д.Н. Нефедова, 2018

УДК 338

**ПРИНЦИПЫ И УСЛОВНОСТИ СЛУЖЕБНОГО ЭТИКЕТА
В СФЕРЕ ТУРИЗМА И ГОСТЕПРИИМСТВА**

Е.Н. НИКОЛАЕВА

студент

Научный руководитель

Л.Б. НЮРЕНБЕРГЕР

доктор экономических наук, зав. кафедрой бизнеса в сфере услуг
«Новосибирский государственный университет экономики и управления»

г. Новосибирск

В статье рассматриваются вопросы о принципах и условиях служебного этикета в сфере туризма и гостеприимства. Выделены принципы делового этикета в сфере туризма и предложены правила этикета для сотрудников организаций сферы туризма.

Ключевые слова: туризм, сфера гостеприимства, этика служебной деятельности, служебный этикет, деловая этика.

В динамично меняющемся мире индустрия туризма предъявляет всё больше требований к своим сотрудникам. В том числе, к ним относятся такие навыки как умение вести деловые переговоры и умение своим поведением поддержать благоприятный имидж компании [3]. И помочь в этом призван деловой этикет.

Сотрудник туристского предприятия должен иметь представление о международных стандартах делового общения, основах делового протокола, делового этикета, общепринятых дресс-кодах, правилах поведения на разных видах приемов.

Для начала необходимо выяснить суть таких понятий как этика и этикет.

Этика - это философская наука, объясняющая природу морали и нравственности. В ней запечатлены основные ценности и идеалы человечества.

Этикет - это свод поведенческих норм и правил, поддерживающий представления данного общества о подобающем.

Под деловым этикетом в туристской деятельности понимается определённый порядок поведения сотрудников туристской фирмы по отношению к клиентам, а также взаимоотношения всего персонала между собой: как начальников и подчиненных, так и равных по занимаемым должностям [1].

Служебный этикет включает в себя манеру поведения сотрудника на рабочем месте, его внешний вид, грамотно построенную речь. Деловой этикет человека заключается в таких качествах, как профессионализм, пунктуальность, вежливость, желание отстаивать интересы своей фирмы и при этом умение признавать ошибки и недостатки.

В основном правила этикета для сотрудников туристских организаций схожи с корпоративными нормами поведения для любого другого предприятия:

- каждый работник должен внимательно изучить свои обязанности, исполнять их и добросовестно относиться к своей работе;

- следует быть дружелюбным как с клиентом, так и с коллегами, не жаловаться и не сплетничать;

- при возникновении проблемных ситуаций необходимо оставаться невозмутимым и вежливым, не обвинять, а предлагать свое решение;

- не отвлекаться в рабочее время на посторонние дела;

- не заниматься чем-то, что может быть неприятно окружающим;

Отдельный свод правил существуют для общения по телефону:

- если клиент позвонил, чтобы проконсультироваться или уточнить какие-либо детали, необходимо дать ему всю самую актуальную информацию по интересующему его вопросу;

- при разговоре по телефону надо говорить громко, четко и внятно;

- прежде чем снять трубку, необходимо сосредоточиться, разговаривать нужно спокойно и доброжелательно;

- во время разговора внимательно и заинтересованно слушать собеседника, кратко и конкретно отвечать на поставленные вопросы;

- в ответ на грубость быть сдержанным и корректным;

- если в ходе беседы с клиентом пропала связь, перезванивать должен позвонивший.

- не этично говорить фразы, такие как «Я этим не занимаюсь» клиентам и посетителям. Нужно ответить «Я постараюсь Вам помочь» и связать с нужным специалистом.

Таким образом, использование норм и правил деловой этики является экономически выгодным для организаций, работающих в сфере сервиса и гостеприимства, в частности для предприятий туристской сферы, и оказывает значительное влияние на повышение эффективности их деятельности.

Необходимо помнить, что на мнение клиента о сотруднике туристской фирмы или о всей организации в целом могут влиять даже самые незначительные мелочи [2].

Неуклюжий комплимент, отвалившаяся пуговица, мигающая лампочка, визитная карточка с ошибкой, помятый документ или неуместное «спасибо» могут разом перечеркнуть профессионализм сотрудника, заставить клиента встать и уйти.

Поэтому хорошему специалисту необходимо знать и уметь грамотно применять на практике основные нормы делового этикета, а также понимать основные принципы его использования.

Список литературы

1. Ботавина Р.Н. Этика деловых отношений Учебное пособие. - М. : Финансы и статистика, 2003. - 204 с.

2. Климова, Э.Н., Пятова, Е.Ю. Пути совершенствования системы клиентского сервиса / Э.Н. Климова, Е.Ю. Пятова // Тренды развития современного общества: управленческие, правовые, экономические и социальные аспекты: материалы Международной научно-практической конференции. - 2011. - С. 108-110.

3. Руденко А.М., Довгалёва М.А. Психология социально-культурного сервиса и туризма [Электронный ресурс] URL: http://tourlib.net/books_tourism/rudenko31.htm

© Е.Н. Николаева, 2018

УДК 338

УПРАВЛЕНИЯ ИЗМЕНЕНИЯМИ В ЭКОНОМИЧЕСКИХ СИСТЕМАХ

Л.В. НОВАК

кандидат экономических наук, доцент
зав. кафедрой менеджмента

Д.В. ВЛАСОВ

Руководитель управления развития проектов
АНОВО «Московский международный университет»
г. Москва

В статье рассмотрены подходы к трактованию термина «организационные изменения», предложен авторский подход к определению понятия «организационные изменения», основные модели управления изменениями в экономической системе.

Ключевые слова: организационные изменения, управление изменениями, модели управления изменениями, развитие организации.

Функционирование предприятия в подвижной рыночной среде не может быть успешным в долгосрочной перспективе, если оно утратит способность адаптироваться к изменениям, которые могут поступать как изнутри предприятия (в виде потребностей и ожиданий работников), так и извне (в виде усиливающейся конкуренции, технологических инноваций, нового законодательства, давления социальных факторов). В результате, ряд предприятий проводит какие-либо изменения после того, как эти требования окажут на них давление, другие стремятся предусмотреть появление подобного давления и провести изменения в превентивном порядке.

Говоря об организационных изменениях, необходимо отметить, что данное понятие появилось во второй половине XX в. И если первоначально организационные изменения связывали исключительно с внешней средой, применительно к предприятию - с реформированием и инновациями, то в современной теории и практике менеджмента, которая использует весь потенциал инструментов и методов в рамках стратегического менеджмента, проектного менеджмента, бизнес-планирования и других смежных управленческих наук, организационные изменения рассматриваются как необходимость и неизбежность успешной работы организации.

Сравнение основных подходов к определению организационных изменений в трудах отечественный и зарубежных ученых позволяет говорить о преобладании точки зрения при исследовании изменений как процесса (см. таблицу 1).

Подходы к трактованию термина «организационные изменения» в исследованиях отечественных и зарубежных ученых

| Автор | Характеристика |
|--|---|
| Г.В. Широкова [1, с. 56] | Организационные реформы, в ходе которых достигается изменение ценностей, стремлений и поведения людей при одновременном изменении процессов, методов, стратегий и систем. |
| Ю.П. Анискин [2, с. 138] | Процесс преобразования системы из одного состояния в другое, или приближение существующего состояния к желаемому. |
| Т.Ю. Иванова, В.И. Приходько [3, с. 342-343] | Внешние изменения и внутренние перемены, возникающие в результате вынужденной адаптации организации к изменению среды, в которой она работает. |
| Г.Н. Кузнецов [4, с. 219] | Количественные, качественные и структурные организационные изменения состава и способов соединения элементов производственной системы, характера связей между ними и форм их проявления в пространстве и во времени. |
| Ф.Ж. Гуияр, Д.Н. Келли [5, с. 376] | Организованное перепроектирование генетической архитектуры корпорации, которое достигается в результате одновременной работы (хотя и с разной скоростью) по четырем направлениям: рефреймингу, реструктуризации, оживлению и обновлению. |
| Р. Дафт [6, с. 832] | Освоение компанией новых идей или моделей поведения. Изменения в организации связаны с приобретением знаний, умений и навыков ее сотрудниками. Организация не просто приступает к освоению чего-либо нового, она наращивает возможности для того, чтобы действовать по-новому, в сущности, чтобы быть готовой к дальнейшим переменам. |

Таким образом, любое изменение направлено на развитие организации. При этом, развитие можно рассматривать как процесс изменений различного рода, результатом которого становятся преобразования прогрессивного характера, приобретение организацией принципиально нового качественного уровня.

На наш взгляд, механизм управления организационными изменениями, должен включать следующие структурные элементы: принципы создания и функционирования предприятия; организационную структуру предприятия; формы и методы мотивации персонала; действенная система обратной связи; организационная культура предприятия. Отсюда следует, что процесс управления организационными изменениями можно рассмотреть, как последовательность определенных этапов через учет системной взаимосвязи и целостности производственной, финансовой, маркетинговой и ресурсной функций менеджмента, целостности компонентов подсистем функций процесса управления (планирования, организации, мотивации, контроля, координации): цели, задачи, технология, структура, формы, методы и средства руководства, опыт и ожидаемые результаты.

Необходимо отметить, что в настоящее время сформировалось множество моделей и методов управления изменениями в экономических системах. В целом из всего множества моделей в современной теории управления различают три наиболее известные и популярные модели проведения изменений: трехступенчатая модель, модель «исследования - действия», модель планирования изменений.

Трехступенчатая (трехшаговая) модель изменений К. Левина (см. табл. 2), рассматривает изменения как модификацию тех сил, которые способствуют стабильности определенного поведения. Перевес в этих силах в ту или другую сторону может ускорить или замедлить процесс организационных изменений.

Модель обеспечивает некую канву для понимания процесса изменений в организации. Глубокая разработка в конкретной ситуации каждого из них поможет добиться успеха.

Трёхступенчатая модель изменений

| Шаги (ступени) | Характеристика |
|---|---|
| 1. «Размораживание» - создание потребности в изменениях, минимизация сопротивления изменениям | Информирование о планируемом изменении; вовлечение в процесс всех, кого оно затронет; оказание поддержки; предоставление людям времени, необходимого, чтобы привыкнуть к идее об изменении. |
| 2. «Движение» - изменение индивидуального и группового поведения, задач, технологии и структуры | Осуществление изменения; оказание поддержки и обучение; мониторинг. Постепенный переход к новым действиям и новому поведению. Изменение структуры и культуры организации. |
| 3. «Заморозка» - получение результата и его оценка, проведение конструктивных модификаций | Укрепление приверженности изменению для стабилизации желаемого состояния. Увеличение поддержки новому поведению, ввод новых норм (сплоченность вместо конкуренции). Закрепление всего этого введением новой системы стимулирования. |

Модель «исследования - действия» представляет собой процесс проведения изменений, основанный на получении данных в результате проведения исследования и осуществляемый в определённой циклической последовательности. Этот поэтапный процесс основан на тесном сотрудничестве менеджмента организации и внешних (для данной компании) консультантов или инструкторов, специализирующихся в области организационного развития. В данном процессе упор делается на проведение исследования (сбор данных и их анализ), прежде чем будут спланированы и осуществлены изменения. Сюда также включается тщательный анализ и оценка результатов по предпринятым действиям. Модель можно изобразить следующим образом (см. рис. 1).

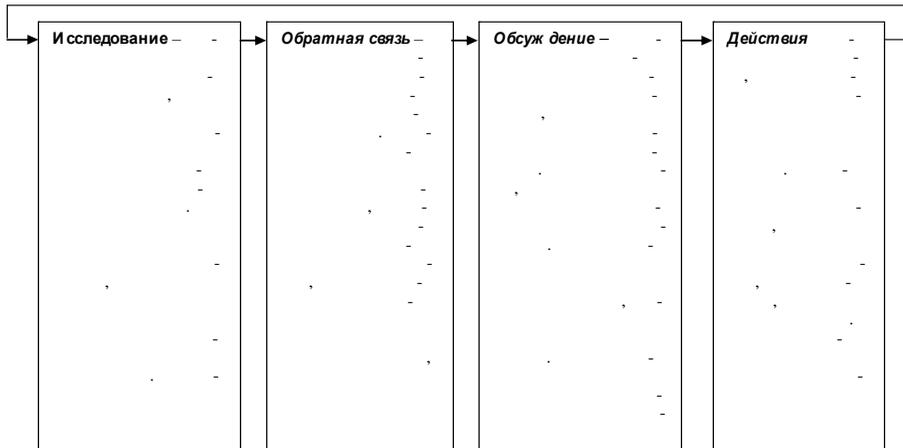


Рис. 1. Модель «исследования - действия»

Если результаты в той мере, в какой они были определены изначально, не достигнуты, то весь цикл повторяется, начиная с первого этапа. Итерация может проходить много раз до тех пор, пока не будут получены желаемые результаты. В зависимости от масштаба и глубины изменений и ситуации, в которой они происходят, проект может длиться от полугода до двух лет.

Модель планируемых изменений Т. Каммиса и К. Уорли описывает осуществляемые в процессе изменений основные виды деятельности организации (см. рис. 2). Процесс изменений обычно носит нелинейный характер. Различные задания накладываются друг на друга, выполняются непоследовательно, новая информация или изменение внутренних и внешних условий заставляют начинать процесс преобразований сначала.

Начало и заключение соглашения о последующих действиях. Первый этап процесса проведения изменений подразумевает начало самого процесса и процедуру заключения контракта с экспертами. Этот этап помогает менеджерам решить намерены ли они далее участвовать в программе запланированных изменениях и финансировать этот процесс.



Рис. 2. Модель планируемых изменений Т. Каммиса и К. Уорли

Диагностика организации. На этом этапе подробно изучается организация, которая подвергается изменениям. Диагностика может заключаться в понимании проблем организации, включая их причины и последствия, или определение наилучшей практики функционирования организации.

Планирование и осуществление изменений. На этом этапе, эксперты организационного развития и члены организации совместно разрабатывают план последующих действия и схему их реализации для достижения поставленных целей.

Оценка и институционализация изменений. Заключительный этап запланированных изменений включает оценку полученных результатов и закрепление положительных изменений в организации.

Учитывая, что процесс жизнедеятельности каждой организации связан с процессом непрерывного изменения и развития, управление развитием предприятия рассматривается как закономерное, целесообразное, эволюционное, управляемое позитивное изменение самого предприятия и управляющей системы, приводящие к достижению качественно новых результатов в определенное, заранее обозначенное время. Управление изменениями неоднозначный процесс, требующий постоянного соотношения действий по преобразованию управления с задачами, стоящими перед управлением, а также с возможностями, которыми располагает организация в целом и существующая в ней система управления, в частности.

Список литературы

1. Широкова Г.В. Управление организационными изменениями: учеб. пособие. - СПб., 2005.
2. Анискин Ю.П. и др. Управление корпоративными изменениями по критерию устойчивости. - М., 2009.
3. Иванова Т.Ю., Приходько В.И. Теория организации: учеб. пособие. - М., 2006.
4. Кузнецов Г. Н. Управление организационными изменениями на предприятиях водного транспорта // Журнал университета водных коммуникаций. - 2010. - No 3. - С. 217а- 223.
5. Гуияр, Ф.Ж., Келли, Д.Н. Преобразование организации / пер. с англ. / Ф.Ж. Гуияр, Д.Н. Келли. - М.: Дело, 2000. - 376 с.
6. Дафт, Р. Менеджмент / Р. Дафт. - СПб.: Питер, 2011. - 334 с.

© Л.В. Новак, Д.В. Власов, 2018

ИНСТРУМЕНТЫ И МЕТОДЫ РАЗРАБОТКИ СТРАТЕГИИ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ СОВРЕМЕННОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

М.П. НОВИКОВ

магистрант

«Мордовский государственный университет им. Н.П. Огарёва»

г. Саранск

В данной статье обсуждается важная роль стратегии устойчивого развития для современной организации. Определена значимость качественного подбора инструментов и методов при формировании стратегии устойчивого развития организации. Предложена авторская классификация методов и инструментов стратегического менеджмента в зависимости от задач, которые необходимо решить на каждом из этапов разработки стратегии устойчивого развития. Описаны основные достоинства и характеристики разработанной модели.

Ключевые слова: устойчивое развитие, разработка стратегии, этапы, инструменты, методы, классификация.

Понятие стратегии устойчивого развития в последние годы стало одним из основных в теории и практике управления современной организацией. Необходимо отметить, что в настоящее время не существует общего подхода к определению категории стратегии устойчивого развития и к инструментам её разработки. Можно рассуждать только об общих направлениях в данной сфере.

Сейчас совокупность проблем формирования стратегии устойчивого развития организации находится в большой взаимосвязи с разрешением наиболее важных экономических, социальных и экологических общественных вопросов. Существование кризисных ситуаций и явлений в обществе и экономике, трудности и риски, постоянно растущая степень конкурентной борьбы на рынках призывают организации к проведению постоянного системного роста и поэтапного развития, стимуляции и качественного использования имеющегося потенциала и возможностей, формированию и внедрению наилучших стратегических альтернатив и направлений устойчивого развития, которые соответствуют современной социально-экономической ситуации.

В настоящее время организации при разработке стратегии устойчивого развития встречаются с рядом проблем, связанных с использованием инструментария стратегического управления. Часто организации испытывают затруднения, не могут выбрать необходимый и правильный инструмент и метод или используют слишком много инструментов схожих друг с другом, что усложняет, замедляет и делает неэффективным сам процесс разработки стратегии устойчивого развития. Соответственно, данное обстоятельство негативно сказывается на конечном результате - стратегии устойчивого развития. Таким образом, особенно актуальным и интересным представляется вопрос изучения методов, которые максимально эффективно способны решить целый спектр задач, которые ставятся на этапах формирования стратегии устойчивого развития организации.

Анализ подходов к определению понятия «устойчивое развитие» показывает, что оно является сложным, многоаспектным и сейчас не существует единого понимания данной категории. Поэтому, для дальнейшего исследования мы будем использовать такое определение:

«устойчивое развитие организации - это процесс качественного изменения организации, при котором она эффективно взаимодействует с экономической, экологической и социальной средой, осуществляет деятельность при изменениях состояния среды, при этом сохраняя свой потенциал в настоящем времени, и не ставятся под угрозу в будущем» [2, с. 150].

Стратегия устойчивого развития является универсальным и основным механизмом, который может обеспечить постепенный, плавный и качественный процесс адаптации и развития организаций в современных условиях хозяйствования. Кроме того, качественно разработанная и объективно выбранная стратегия устойчивого развития организации особо актуальна, так как она может быть направлена на уменьшение экономических, социальных и экологических рисков, способствует структурным изменениям во всех сферах деятельности организации. По нашему мнению, процесс управления устойчивым развитием организации, прежде всего, обязан реализовываться с помощью разработки и использования действенной и качественной стратегии устойчивого развития.

Не вызывает сомнений существование множества мнений и подходов к пониманию категории «стратегия устойчивого развития». Изучив разнообразные мнения и подходы, мы пришли к выводу, что среди исследователей имеются расхождения во взглядах, но они находят своё отражение не в содержании, а в применении разнообразных рассуждений и точек зрения о важности и значении элементов, которые входят в категорию «стратегия устойчивого развития». Поэтому, для реализации целей нашей работы, мы будем использовать следующую трактовку данного понятия, которая была предложена И.С. Гусевым: «стратегия устойчивого развития организации представляет собой интегрированный механизм действий и подходов в рамках достижения поставленных целей и задач по обеспечению устойчивого, конкурентоспособного и эффективного функционирования и развития всех сфер организации, в частности, социальной, экономической и экологической, за счет имеющихся ресурсов и потенциала, а также выработанного единого комплекса социально-экономических мер и должна обладать действенным инструментарием разработки и реализации» [1, с. 33].

Исследование существующих подходов и тенденций по формированию стратегии устойчивого развития, анализ содержания и смысла процедуры стратегического управления дали возможность установить концептуальную модель разработки стратегии устойчивого развития организации, как совокупность шести основных взаимосвязанных этапов:

1 этап: стратегический анализ внешней среды и внутренней среды;

2 этап: определение долгосрочных перспектив развития, учитывающих сферы развития организации; формирование стратегического видения, миссии; целеполагание - формирование системы целей;

3 этап: оценка состояния и потенциала предприятия, анализ конкурентных преимуществ организации и социально-экономического положения, установление стратегических направлений, разработка наилучших альтернатив (вариантов) устойчивого развития;

4 этап: проведение сравнения стратегических альтернатив, формирование основной (концептуальной) стратегии устойчивого развития на основе совокупности подстратегий;

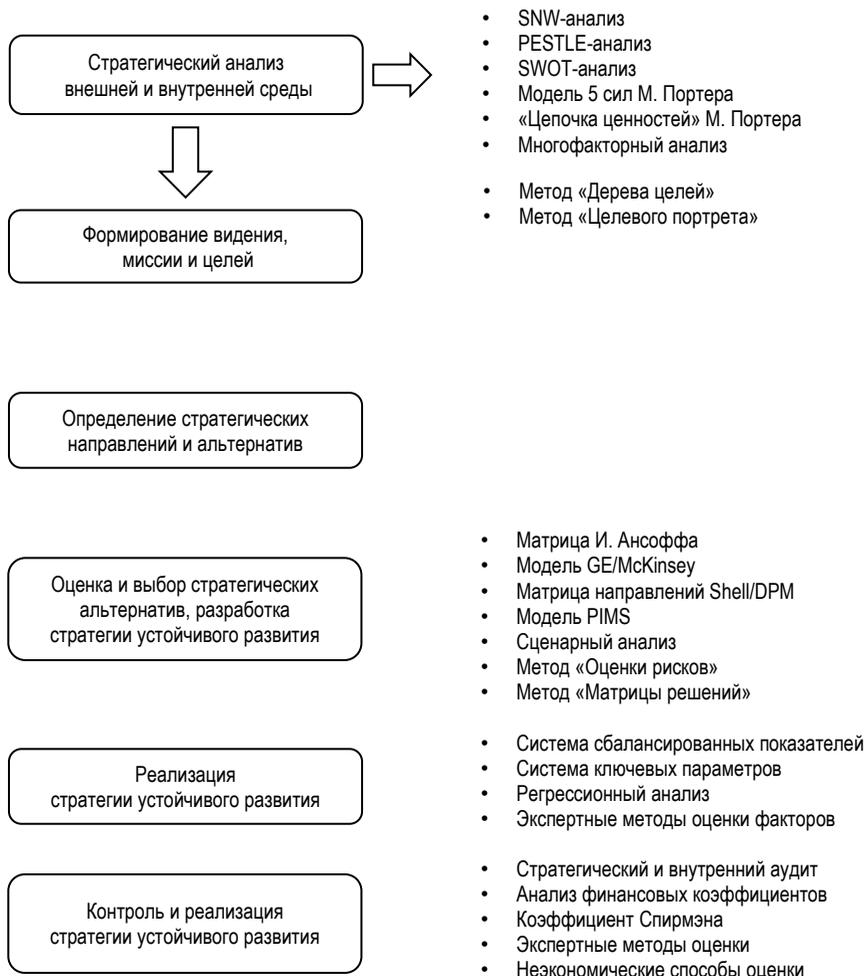
5 этап: реализация стратегии устойчивого развития на базе ранее составленных планов, проектов и программ, взаимосвязанных друг с другом и в целом соответствующих концептуальной стратегии;

6 этап: оценка и контроль реализации стратегии устойчивого развития.

Огромная значимость при формировании стратегии устойчивого развития организации принадлежит точному и качественному подбору и применению инструментов и методов, которые в той или иной степени используются в стратегическом менеджменте. С позиции содержания и сущности, любой из данных этапов разработки стратегии можно

интерпретировать как самостоятельную управленческую задачу, так как он имеет внутреннюю структуру и закономерный результат. При этом любая отдельная решаемая задача обладает своими принципиальными характеристиками и особенностями, которые определяют само содержание задачи, и, значит, устанавливают методы и инструменты, которые следует использовать для ее выполнения.

В настоящее время не существует единой и универсальной классификации методов, которые могут быть использованы для разработки стратегии устойчивого развития. Поэтому нами предложена классификация методов и инструментов стратегического управления в зависимости от задач, которые необходимо решить на каждом из этапов разработки стратегии устойчивого развития организации (рисунок 1).



Из всего разнообразия методов и инструментов, существующих в теории и практике стратегического менеджмента, сложно выбрать какой-либо один, потому что любой из них обладает своими преимуществами и недостатками. Поэтому следует находить правильные комбинации разнообразных инструментов и методов на каждом из этапов процесса формирования стратегии устойчивого развития организации.

Предложенная классификация не является универсальной и абсолютно точной, очевидно, что некоторые инструменты многофункциональны и могут быть применены на некоторых других или даже на всех этапах формирования стратегии. Необходимо отметить, что группировка методов и инструментов стратегического управления произведена на основе научных исследований учёных и экономистов и ориентирована на их целостную систематизацию, в целях облегчения процедуры их поиска, изучения, а также для эффективного использования в практике разработки стратегии организации. Поэтому они интегрированы в каждый из конкретных этапов процесса формирования стратегии на основании их сущности, содержания, а также частоты использования в рамках стратегического менеджмента. Также, важно отметить, что состав методов может быть скорректирован под конкретную организацию.

Таким образом, формирование стратегии устойчивого развития - одна из наиболее главных задач менеджмента современной организации. В данный момент ключевой целевой установкой стратегии устойчивого развития является формирование долгосрочных конкурентных преимуществ, с помощью которых можно обеспечить устойчивое функционирование и выживание организации в перспективе. Поэтому от выбора правильного и отвечающего ситуации комплекса определённых методов и инструментов стратегического управления, ориентированных на реализацию целей и задач, поставленных организацией в процессе разработки стратегии устойчивого развития, напрямую зависит качество стратегии, а также дальнейшее функционирование и устойчивость современной организации.

Список литературы

1. Гусев И.С. Механизм разработки стратегии управления устойчивым развитием предприятий / И.С. Гусев // *Вестник*

но, и также много вопросов остаются открытыми, при этом сфера перевозки и хранения органов является актуальной в мире. Целью данной статьи является изучение роли логистики медицины, условия транспортировки и хранения органов. В работе будут рассмотрены различные виды перевозки органов и представлены варианты хранения.

Ключевые слова: медицина, пересадка, логистика, контейнер, транспортировка, медикаменты.

Современный уровень развития международных структур в сфере изучения роли логистики в медицине и трансплантационной координации диктует необходимость повышения скорости, безопасности и экономичности выполнения авиаперевозок в сфере медицины, прежде всего это касается перевозок по заказу объединения Евротрансплант (Бельгия, Германия, Хорватия, Люксембург, Нидерланды, Австрия, Словения), а также перевозок между 72 трансплантационными центрами, входящими в его состав. [1]

При выполнении транспортировки органов важно строгое соблюдение технологии перевозки и установленных сроков, поскольку каждая секунда промедления существенно сокращает шансы на успех трансплантации. Наряду с выполнением срочной неотложной транспортировки органов, компании, также выполняют неотложную перевозку консервированной крови и плазмы. Время на подготовку таких полетов составляет всего 60 минут. При этом не имеет значения, в какое время суток поступил заказ: дежурно-диспетчерская служба работает круглосуточно, а воздушный транспорт постоянно находится в состоянии готовности к вылету. [2]

На данный момент есть несколько известных компаний занимающихся транспортировкой органов, в таблице представлены услуги, предлагаемые каждой компанией. [9]

Оценка по критериям компаний по перевозке органов

| Критерии | Medical Air Service | Deutsche-Privatjet | Международный центр скорой медицинской помощи |
|-----------------------|---|---|---|
| 1 | 2 | 3 | 4 |
| Сопровождение | Личное общение с клиентами, без использования анонимных колл-центров | Индивидуальное круглосуточное сопровождение персоналом, имеющим опыт работы на международном уровне | Время общения с клиентом и консультаций не ограничено |
| Квалификация | Работает в соответствии со стандартами ISO 9001 | Экипажи, владеющие несколькими иностранными языками | Опытные врачи |
| Время работы | Более чем 40-лет опыта в области медицинских авиаперевозок | Более 15 лет работы | Более чем 20 лет работы |
| Дополнительные услуги | Переводчик на борту самолета | Услуги переводчика | Комфортабельные автомобили |
| Условия работы | Работа 24 часа в сутки | Работа 24 часа в сутки | Работа круглосуточно |
| Основные услуги | Перевозка органов, организация, осуществляющая санитарные авиаперевозки по всему миру | Перевозка органов, перевозка «от кровати до кровати» по всему миру от одного поставщика | Госпитализация в стационар |

Таким образом, исходя из таблицы 1 можно сказать, что существует несколько компаний, занимающихся хранением и транспортировкой органов, выбор компании зависит от необходимой услуги, денег и местонахождения. Местонахождение важно, так как органы могут храниться не более трех часов. Так из США в Россию физически не смогут привезти орган за такое короткое время. Поэтому у многих компаний есть несколько отделений в разных странах, что ускоряет перевозку органов по миру. Транспортировка органов - это очень серьезный и при этом быстрый процесс. В этом вопросе необходима ти бцсорора р

9. Семье донора органов не нужно знать о намерениях донора пожертвовать органы, если это указано в его завещании или в водительском удостоверении

10. Люди, которые жертвуют свое тело науке, все еще могут пожертвовать свои органы и ткани

11. Донорство органов обезображивает тело, и близкие не смогут провести похороны в открытом гробу

По данным Объединенной сети по обмену органами (UNOS), ежедневно операции по трансплантации спасают семьдесят девять жизней.

Можно сказать, донорская трансплантационная сеть - это сложная система деятельности, в которой процесс стандартизации должен учитывать большое количество переменных. Одним из основных аспектов трансплантационной сети являются инновационные технологии, которые уменьшили повреждения органов и увеличили более качественную транспортировку. [5] Немаловажным в трансплантологии является внедрение Дронов. Данный метод находится только в изучении, при этом существует множество мнений одобряющих использование роботов при транспортировке. [3]

Исследователи убедились, что доставка органов с помощью дронов не повреждает их ткани, так что орган можно использовать для трансплантации. Как сообщается в журнале IEEE Journal of Translational Engineering in Health and Medicine, и в редакционной статье на сайте IEEE Spectrum, ученые перевезли с помощью беспилотника донорскую почку на расстояние 4,8 километра. Биопсия тканей до и после полета повреждений не выявила. [4]

После того, как пациенту, который ждет трансплантации, нашли подходящий орган, его необходимо доставить в больницу, где будет проходить операция, как можно быстрее. Чем больше времени орган проводит вне человеческого тела, тем выше вероятность, что инородное тело хуже будет впоследствии работать. [4]

Доктор Джозеф Скалеа (Joseph Scalea), работающий в Медицинском центре Мэрилендского университета в Балтиморе, решил проверить, насколько хорошо будут сохраняться человеческие органы после транспортировке с помощью беспилотных летательных аппаратов. Новый способ позволил бы ускорить доставку и повысить шансы на успешную трансплантацию. Ученый собрал команду из сотрудников университета, в том числе инженеров и разработчиков, и организовал испытания. [8]

Авторы выбрали для транспортировки гексакоптер DJI Matrice 600 Pro. Для испытаний исследователи взяли почки умершего человека с целым перечнем заболеваний. Для пересадки они не годились, но подходили для экспериментов. До и после полета исследователи отобрали образцы тканей для биопсии.

Для того, чтобы наблюдать за состоянием органов во время транспортировки, ученые сконструировали бесконтактный биосенсор, с помощью которого измеряли температуру внутри контейнера, давление, высоту, на которой летел дрон, его местоположение и вибрацию контейнера.

Для сравнения исследователи транспортировали органы с помощью самолета с турбовинтовым двигателем King Air. Всего авторы провели четырнадцать серий испытаний, во время которых дрон летел на высоте 122 метра. Он достиг максимальной скорости 67,6 километра в час и улетел на максимальное расстояние 4,8 километра, что, по словам авторов, примерно соответствует расстоянию между двумя городскими больницами.

Выяснилось, что почка пережила транспортировку хорошо: биопсия тканей, взятых до и после полетов, изменений не выявила. Температура во время полетов была стабильной и держалась на уровне 2,5 градусов Цельсия, давление тоже было в норме. Вибрации при полете на дроне были даже ниже, чем при полете на обычном самолете.

Ранее дронами стали перевозить не столь хрупкий, но тоже жизненно важный груз - кровь для переливания и медикаменты. Беспилотники используются для полетов в провинции Руанды, где слабая инфраструктура и плохие дороги.

Таким образом, можно сделать вывод, перевозка органов довольно интересный и сложный процесс. От условий и способа перевозки зависит не только жизнь человека, а также уровень жизни в стране. Поэтому невероятно важно изучение и развитие логистики в медицине, так как от уровня жизни и демографии государства, зависит ее позиции на международной арене.

Список литературы

1. Готье С.В. Учебник по трансплантологии - «очень своевременная книга ». Вестник трансплантологии и искусственных органов. 2017;19(1):5.
2. Болотина Ю.А., Сивакс А.Н., Санкеева М.А. ТРАНСПОРТ КАК СРЕДСТВО ПОВЫШЕНИЯ КАЧЕСТВА ОБСЛУЖИВАНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ. В сборнике: РОССИЙСКАЯ НАУКА: АКТУАЛЬНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ И РАЗРАБОТКИ сборник научных статей II Все с учс

жена концепция построения подсистемы контроллинга, которая основывается на общенаучной методологии и направлена на исследование и решение задач сбытовой деятельности.

Ключевые слова: предприятие, продукция, сбыт, контроллинг, концепция контроллинга.

Развитие промышленного предприятия связано в первую очередь, с реализацией произведенной продукции, а это требует расширения рынка ее реализации [2,8,9].

Сбыт продукции относится к числу главных задач предприятия и связан в первую очередь с ростом конкуренции на рынке. При любом макроэкономическом развитии экономики предприятия должны приспосабливаться к изменениям внешней среды, поэтому сущность контроллинга сбыта заключается в разработке и внедрении в управление новых эффективных механизмов [1,3,4].

Эффективное управление создает условие для развития предприятия, что является важной и в то же время наиболее сложной задачей для каждого предприятия. Процессы сбыта продукции подвержены различным рискам, поэтому необходимо совершенствовать организацию управления сбытом, чтобы иметь механизмы противодействия всевозможным негативным факторам, а для этого требуется разработать концепцию механизма формирования подсистемы управления сбытом (рисунок 1), которая должна [5,7]:

- постоянно отслеживать влияние внутренних и внешних факторов на сбытовую деятельность;
- постоянно анализировать выполнение целевых задач сбытовой деятельности;
- отслеживать и оценивать негативные факторы функционирования сбыта; - использовать механизмы локализации и нейтрализации негативных факторов.

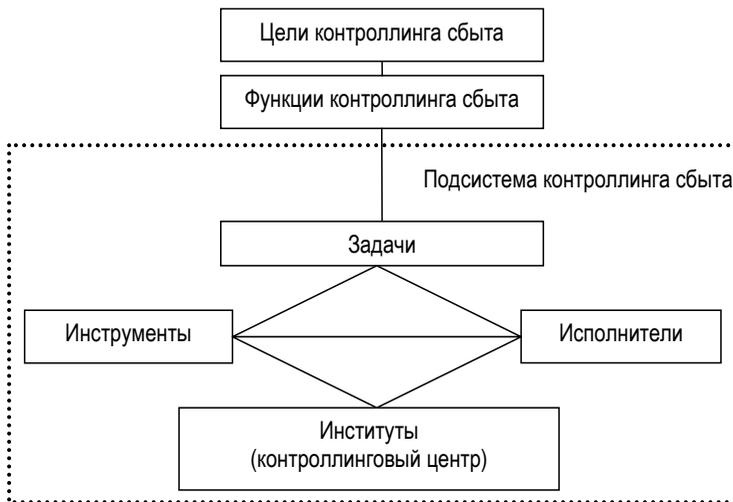


Рис. Концепция механизма формирования системы контроллинга сбыта

Контроллинг является подсистемой менеджмента, поэтому можно рассматривать концепцию построения подсистемы контроллинга, которая основывается на общенаучной методологии и направлена на исследование и решение следующих задач сбытовой деятельности [5,10]:

- выявить закономерности, устойчивые взаимосвязи и тенденции сбытовой деятельности;

- определить главные принципы сбытовой деятельности, которые определяют требования к разрабатываемым целям, функциям сбытовой деятельности, задачам, реализующим функции, а так же методам контроллинга;
- определить роль и назначение контроллинга в разработке целей сбытовой деятельности предприятия;
- выделить функции контроллинга сбытовой деятельности предприятия;
- определить задачи контроллинга сбытовой деятельности предприятия;
- определить методы реализации задач контроллинга сбытовой деятельности предприятия.

Контроллинг не подменяет процессы управления сбытом, а повышает качество управления сбытом за счет эффективной координации и согласовывая, используя современные инструменты в процессе контроля, анализа, учета и планирования работы всех участвующих в сбытовой деятельности подразделений предприятия [5,6,10].

Обеспечивая эффективную координацию, контроллинг обеспечивает согласование показателей сбыта с помощью современных инструментов планирования, контроля, учета, регулирования, анализа и структурирования информационных потоков.

Особая роль в управлении сбытом продукции отводится методам и инструментам оценки рисков и разработке системы показателей планирования и стратегии развития сбыта [6,10].

При разработке целей развития сбыта учитываются интересы потребителей, сотрудников, руководителей и собственников предприятия, деловых партнеров, а так же органов власти (рисунок 2).

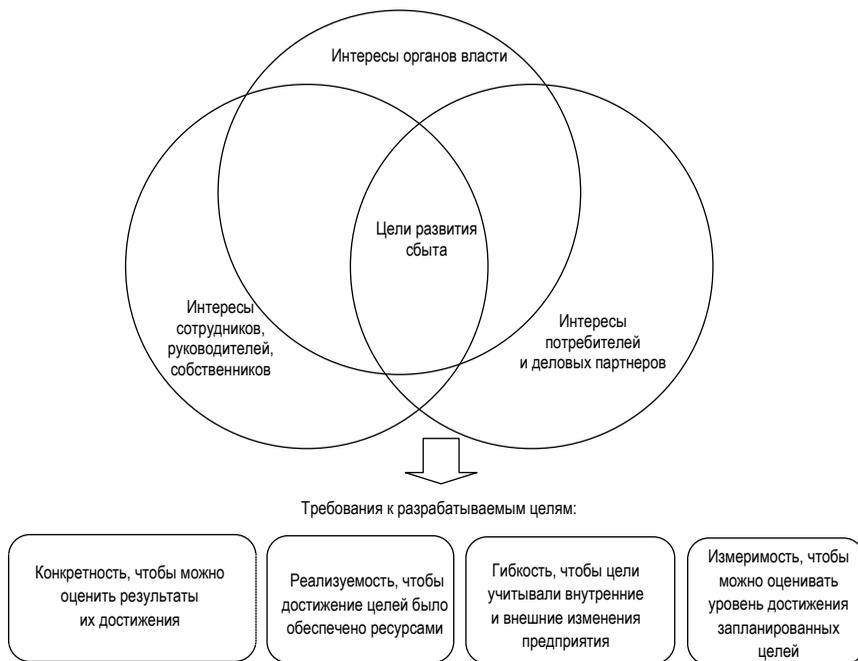


Рис. 2. Интересы участников сбытовой деятельности предприятия

научной редакцией д.э.н., профессора Фалько С.Г. Редакция: НП «Объединение контроллеров» Москва, 18 ноября, 2016. С.136-140.

8. Санников, А. А. Эффективное управление сбытом. - М.: Прогресс, 2004. - 389 с.

9. Трофимов, О. В., Трофимова, Т. В. Определение факторов, влияющих на развитие промышленных предприятий // Российский экономический интернет-журнал. 2009. №4. С.888-896.

10. Фалько, С. Г. Контроллинг для руководителей и специалистов. - М.: Финансы и статистика, 2008. - 272 с.

© М.Н. Павленков, Р.Ж. Реймов, 2018

УДК 338

ЛОГИСТИЧЕСКИЙ МЕНЕДЖМЕНТ КАК НЕОТЪЕМЛЕМЫЙ ЭЛЕМЕНТ МЕНЕДЖМЕНТА ПРЕДПРИЯТИЯ

А.В. ПЛОТНИКОВА

студент

И.А. ТОЙМЕНЦЕВА

кандидат экономических наук, доцент

Самарский государственный экономический университет
г. Самара

В статье рассмотрена взаимосвязь логистического менеджмента и менеджмента предприятия. Проанализированы основные функции, принципы логистического менеджмента и необходимые условия для повышения его эффективности.

Ключевые слова: менеджмент, логистика, эффективное управление, цель.

В современном мире с высоким уровнем конкуренции, нестабильной экономической ситуацией и сложностями выхода на рынок, очень важную роль занимает менеджмент. Как известно, суть менеджмента заключается в том, чтобы достигнуть основной цели деятельности организации, т.е. получение максимально возможной прибыли. Необходимо также, чтобы менеджмент осуществлялся эффективно на каждом этапе управления, при этом с минимальными издержками.

Особой составляющей менеджмента в целом является логистический менеджмент. Данное понятие появилось в экономической литературе сравнительно недавно. Этот вид менеджмента подразумевает управление различного рода потоками: основными (материальными) и вспомогательными (информационными, финансовыми, сервисными, трудовыми, транспортными) и играет важную роль в менеджменте в целом [1]. При этом, управление должно быть осуществлено с точки зрения оптимизации затрат. Стоит отметить, что в отечественной литературе четко выделяется роль практического применения логистического менеджмента на предприятии, в то время как в зарубежных изданиях логистический менеджмент выделяется лишь как отдельная функция по управлению логистических процессов.

При рассмотрении логистического менеджмента как элемента менеджмента предприятия, можно выделить четыре основные функции [2]:

1. Системообразующая. Она подразумевает применение современной системы технологий, которые могли бы удовлетворить потребность в ресурсах производственного и управленческого процессов.

2. Интегрирующая. Цель логистики заключается в синхронизации и кооперации процессов сбыта, хранения и поставки.

3. Регулирующая. Необходимо обеспечить соответствие функционирования логистической системы общим интересам всей организации.

4. Результирующая. Логистическая деятельность направлена, в первую очередь, на планируемый результат, например, чтобы поставка сырья на предприятие была осуществлена точно в срок и в необходимом количестве.

Для осуществления эффективного логистического менеджмента необходимо придерживаться основных принципов [3]:

1. Принцип синергии- наилучший результат будет достигнут только в том случае, если будет согласованная и слаженная работа всех звеньев логистической цепи.

2. Принцип динамичности- логистическая система постоянно должна развиваться и совершенствоваться.

3. Принцип инициативности- логистическая система должна незамедлительно реагировать на меняющиеся события как внутренней, так и внешней среды, чтобы в дальнейшем разработать эффективные меры воздействия на выявленные факторы окружающей среды.

4. Принцип целесообразности- необходимо очень тщательно подходить к выбору структур и технологий, с помощью которых и будет осуществляться логистический процесс. При этом их применение должно быть рациональным и по возможности менее затратным.

Рассмотрев ключевые функции и принципы, перейдем к условиям, без которых логистический менеджмент не будет столь эффективным. Для этого необходимо выполнение следующих условий [4]:

1. Точная, детальная формулировка должностей и определение функциональных обязанностей. Благодаря чему сотрудники логистической службы будут четко понимать, чем именно им необходимо заниматься. Также следует определить связи между сотрудниками, подотчетность и границы персональной ответственности.

2. Определить численность логистического персонала на настоящий момент времени и на перспективу. Сюда же следует отнести и перечень требований, предъявляемый к сотрудникам (образование, знания, навыки, опыт работы). Для выполнения этого условия нужно точно знать объем выполненных работ и спрогнозировать его возможное увеличение.

3. Необходимо иметь квалифицированный персонал. Так, менеджер по логистике должен обладать соответствующей квалификацией, только в этом случае он сможет профессионально заниматься логистическим менеджментом.

Исходя из вышесказанного, можно сделать вывод, что при соблюдении необходимых условий и принципов, функции логистического менеджмента будут осуществляться довольно успешно, а значит, это окажет положительное влияние на менеджмент предприятия.

Итак, в данной статье была рассмотрена роль логистического менеджмента в деятельности предприятия, его основные функции и принципы. Подводя итог, можно сказать, что менеджмент предприятия и логистический менеджмент- это взаимосвязанные понятия, ведь если логистический менеджмент будет осуществлен профессионально, то это положительным образом скажется на достижении целей менеджмента в целом.

Список литературы

1. Аникин, Б.А., Тяпухин, А.П. Коммерческая логистика: Учебник / Б.А. Аникин, А.П. Тяпухин. - М.: Проспект, 2013. - 432 с.
2. Гайдаенко А.А. Логистика / А.А. Гайдаенко. - М.: КноРус, 2014. - 267 с.
3. Иванов, Д. А. Управление цепями поставок / Д. А. Иванов. - СПб.: Издательство Политехнического университета, 2010. - 659 с.
4. Шехтер Д. Логистика. Искусство управления цепочками поставок / Д. Шехтерю - М.: Альпина, 2013. - 452 с.

© **А.В. Плотникова, И.А. Тойменцева, 2018**

РЕИНЖИНИРИНГ БИЗНЕС-ПРОЦЕССОВ КАК НЕОБХОДИМЫЙ ИНСТРУМЕНТ УСПЕШНОГО РАЗВИТИЯ

Е.С. ПОПОВА

студент

В.А. ЩЕРБАКОВ

студент

Научный руководитель

Ю.В. ШАРИКОВА

кандидат экономических наук, доцент

Самарский государственный экономический университет

г. Самара

В данной статье рассмотрены ключевые элементы реинжиниринга, выявлено, когда реинжиниринг целесообразен, выделены его основные этапы, также рассмотрен процесс реинжиниринга на примере компании «Ford», выделены основные причины неудач в осуществлении реинжиниринга и даны рекомендации для его успешного проведения.

Ключевые слова: реинжиниринг, реинжиниринг бизнес-процессов, перепроектирование бизнеса, бизнес-процесс, м. хаммер.

В настоящее время рынок функционирует в эпоху бурного развития современных информационных технологий. Каждый день открывается и изобретается что-то новое. В таких условиях меняется и потребитель. Раньше доходы основной части населения были так малы, что их хватало лишь на покупку товаров самой первой необходимости. Предложение было скудным, спрос на товары выглядел неизменным и очевидным. Современный потребитель стал более избирательным в процессе выбора услуг и товаров, более чутко реагирует на качество и ассортимент продукции. Поэтому компаниям становится всё сложнее удовлетворять растущие потребности клиента.

Сегодня бизнес - это непрерывно развивающийся, изменяющийся, подстраивающийся под потребности и цели людей процесс. Организации постоянно развиваются, а их конкурентоспособность зависит от эффективности используемых бизнес-процессов. Поэтому владельцы компаний стараются внедрять в бизнес-процессы новшества с целью повышения конкурентоспособности на рынке. Компания сталкивается с необходимостью совершенствования бизнес-процессов, и одним из таких инструментов оказывается реинжиниринг.

В настоящее время большое количество компаний организуют свой бизнес «по старинке», опираясь на идеи А. Смита, изложенные в работе «Благосостояние наций». Одна из них заключается в том, что благосостояние общества в целом тесно связано с эффективностью производительности, увеличить которую следует путём разделения труда и узостью специализации каждого работника. Оказалось, что этот подход несложно превратить в жизнь. Действительно, проще «натаскать» человека на выполнение одной функции, чем сделать его высококвалифицированным специалистом. И сегодня этот принцип успешно применяется в производстве товаров широкого потребления. Но открыто говоря идеи Смита устарели.

Статус потребителя изменился, люди стали образованнее, они понимают свою роль как потребителей и владеют ситуацией на рынке. Товар должен удовлетворять потребности до-

вольно взыскательной аудиторией, производиться грамотными специалистами, которые не боятся ответственности и стремятся к решению по-настоящему сложных задач. Нельзя не упомянуть о борьбе за потребителя и агрессивную конкуренцию.

Прогресс в технологиях и сфере обслуживания вызвал новые ожидания касательно предлагаемых товаров и услуг. Востребованы товары, которые направлены на узкий сегмент потребителей.

Также внесли свою лепту информационные технологии в восприятие мира. Потребитель привык к доступности необходимой ему в данный момент времени информации, высокой скорости удовлетворения своих запросов.

В таких условиях сложилась ситуация, когда мир резко изменился, а принципы производства и реализации продолжают использоваться старые. Видно, что принципы Смита не соответствуют требованиям современной индустрии. Это объясняет актуальность темы реинжиниринга бизнес-процессов. Необходимость переосмыслить способы организации и управления бизнесом, реализовать преимущества новых технологий и человеческих ресурсов привлекла внимание к технологии реинжиниринга бизнеса (перестройки существующих компаний).

Инжиниринг и реинжиниринг - кардинальные способы оптимизации бизнес-процессов. Инжиниринг можно назвать эволюционным методом т.е. обеспечивает увеличение показателей постепенно (не более чем на 10-50%). Говоря о реинжиниринге, подразумевается радикальное изменение и перепроектирование бизнес-процессов, если его грамотно реализовать, то он обеспечит увеличение показателей на 100% и более. Это и является целью реинжиниринга бизнес-процессов.

Понятия были введены одним из «25 самых влиятельных американцев в сфере бизнеса» по версии «Time» М. Хаммером. В 1993 году М. Хаммер в соавторстве с Д. Чампи выпустил книгу «Реинжиниринг корпорации». М. Хаммер вкладывал в понятие реинжиниринга фундаментальное переосмысление и радикальный редизайн процессов бизнеса с целью достижения значительного повышения результатов деятельности в современных критериях оценки. Другими словами, реинжиниринг - это глобальный переворот бизнеса, направленный на резкое улучшение количественных показателей производства; свержение прежних установок и принципов ведения бизнеса, замена их другими [1].

Использовать данный приём следует, если возникла объективная потребность в изменениях работы компании, смене структуры и управления бизнесом. Современный рынок требует постоянного улучшения производства и организации деловых процессов, поэтому бизнесмены обращаются к консалтингу (учитываются аналитические справки экспертов, прошлый опыт, прецеденты). Иногда идут по альтернативному пути, через инженерную деятельность.

Обращаясь к классическому определению реинжиниринга, которое сформулировал М. Хаммер, то можно выделить четыре ключевых момента, которые проясняют его сущность [2].

1) Бизнес-процесс. Набор действий, направленных на производство определённой продукции или оказание услуги. Другими словами, это все действия компании, которые составляют её деятельность и оканчиваются производством товара (услуги).

2) Радикальность. Подразумеваются полное изменение структуры производства, снос всего старого и старт по-новому, поэтому руководитель, должен понимать, что стратегия или даже миссия компании могут поменяться. На выходе это приводит к значительным результатам.

3) Фундаментальность. Пересматриваются принципы, которые лежат в основе функционирования фирмы. (Почему мы производим именно эту продукцию? Оправдан ли способ производства? Представляет ли продукт ценность для потребителя? Что мешает компании развиваться? Какой её видят в будущем?).

4) Резкость. Реинжиниринг не применяется в случаях, если нужно улучшить показатели деятельности компании на 10-100%, в таких случаях используются традиционные методы (от произнесения зажигательных речей перед сотрудниками до проведения программ повышения качества), которые не связаны с большим риском. Реинжиниринг целесообразно применять, когда необходимо достичь резкого улучшения показателей деятельности компании 500-1000% и более.

5) Существенность. Охваченность всего процесса работы компании.

Целесообразность реинжиниринга представлена в следующих ситуациях:

1) Компания находится в глубоком кризисе, которое грозит банкротством. Скорее всего это вызвано резким снижением потребительского спроса, увеличением издержек или высокими ценами и низким качеством на товар по сравнению с конкурентами. В отечественном бизнесе такое возможно в традиционных отраслях (сельхозпредприятия, текстильная, автомобильная отрасли) или на государственном предприятии.

2) Компания в настоящее время стабильна, но мониторинг, анализ рынка и деятельность компании дают основания предположить, что ситуация ухудшится, например, изменяются требования клиентов, появляются новые конкуренты, изменения экономической ситуации в мире (в таком положении оказываются коммерческие организации, в частности, банки).

3) Компания отлично держится на плаву, на данный момент не имеет проблем, не прогнозирует их и в ближайшем будущем, проводит активную маркетинговую политику, в таком случае она видит в перепроектировании бизнес-процессов возможность достичь больших результатов.

Таким образом, основная задача реинжиниринга бизнес-процессов - освоение новшеств для обеспечения эффективного производства, повышение конкурентоспособности компании [5].

Выделим пять ключевых этапов реинжиниринга:

Этап 1. Предварительная подготовка.

На этом этапе в теории разрабатывается желаемый образ компании. Высшее руководство компании решает, будет ли целесообразен и своевременен реинжиниринг. Идет подготовка необходимых ресурсов для перепроектирования и назначение участников процесса. И необходимо оповестить всех, кто имеет отношение к деятельности компании, о реинжиниринге.

Этап 2. Стратегическое планирование.

Формируется руководящий комитет, который представляет собой группу специалистов, как правило от 5 до 30 человек, в зависимости от величины организации. Комитет с руководством компании обозначает ключевые задачи перепроектирования намечает первоочередные направления и последовательность процедур реинжиниринга. Моделируется макет, формулируется первостепенное стратегическое направление. Слаженная работа всех участников реинжиниринга бизнес-процессов предприятия - залог успешного перепроектирования.

Этап 3. Перепроектирование бизнес-процессов.

Начинается оно с анализа процессов (рассматривается ряд вопросов таких, как: какие функции выполняются, кем, каков уровень качества продукции и услуг, производительность, затраты), изменений потребностей клиентуры, составляется прогноз будущей деятельности предприятия и разрабатывается новая структура процессов. После разработки модели перепроектирования деловых процессов и его документального оформления, нужно утвердить проект и опробовать его в действии в рамках отдела.

Этап 4. Конверсия.

Для осуществления конверсии необходимо создать команду конверсии, которая получает полномочия руководства и комитета реинжиниринга. Она планирует переходный про-

цесс. Главная задача - сгладить стрессовую для работников предприятия обстановку, вызванную реинжинирингом.

Этап 5. Воплощение разработок в жизнь.

Переход от прежнего бизнес-процесса к новому должен пройти для сотрудников компании максимально безболезненно.

При проведении реинжиниринга огромная роль отводится руководителю, который тщательно продумывает все этапы проведения проекта, привлекает к этому процессу сотрудников, умеет выслушать их мнение и вовремя найти недостатки в выбранной стратегии.

Несмотря на довольно оптимистичный прогноз успешной реализации реинжиниринга, данный процесс встречает сопротивление со стороны сотрудников, бывает и руководителей.

В книге М. Хаммера и Д. Чампи описываются основные «стоп-сигналы», которые нужно учитывать при проведении данного процесса.

1) Лучше доработать существующий бизнес, чем построить заново.

Зачастую так думают все компании, но если же она находится на грани банкротства, то нужно смело брать курс на реинжиниринг. Простым «косметическим ремонтом» не получится наладить производственный процесс.

2) Лучше синица в руках

Многие компании имеют в штате руководителя, который привык довольствоваться малым и этим ограничивается, поэтому целесообразнее его заменить.

3) Поспешное прекращение процедуры

Как только реинжиниринг показывает успешные результаты на первых порах реализации, руководитель принимает решение прекратить процесс. Но его нужно доводить до конца, иначе не получится достичь поставленных целей.

4) Игнорирование ценности кадров

Грамотный менеджер должен обратить внимание на поведение сотрудников, их предложения и степень их вовлеченности в процесс. В его задаче лежит обязанность привить новые ценности, показывая приверженность выбранному курсу своим примером.

На примере компании Ford Motor можно увидеть успешную реализацию реинжиниринга. В начале 80-х гг. компания Ford искала способы сокращения административных расходов. Было принято решение сократить расходы в отделении оплаты счетов, где работало более 500 человек (рис. 1)

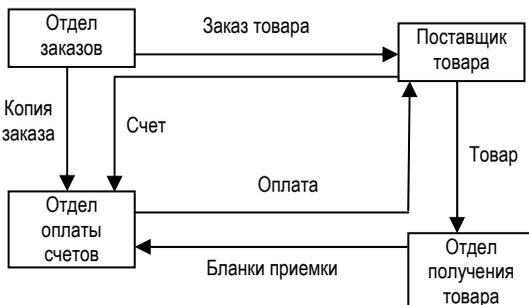


Рис. 1. Процесс поставки до реинжиниринга

Руководство Ford узнало, что в компании Mazda оплатой счетов занимается всего 5 человек. Сначала предполагалось, что сократить число сотрудников можно за счет автоматизации, но это могло дать только 20%-е сокращение. Тогда руководство Ford приняло решение переосмыслить весь процесс, в котором участвует отдел оплаты счетов.

требует участия как руководящей, так и исполняющей стороны. Если компании будут учитывать все факторы и особенности проведения реинжиниринга, то они будут реализовывать успешные проекты, которые позволят эффективно работать, повышать конкурентоспособность, получать наибольшую прибыль, посредством максимального удовлетворения потребительского спроса, развития бизнеса и автоматизации производства.

Список литературы

1. Баринов В. А. Реинжиниринг. [Электронный ресурс] // URL <http://www.elitarium.ru/reinzhiniring-biznes-process-kompanija-sotrudniki-rukovodstvo-izmenenija/> (дата обращения: 01.12.2018)
2. Блау М. Что такое реинжиниринг? [Электронный ресурс] // URL http://www.topauthor.ru/chto_takoe_reinginiroing_468c.html. (дата обращения: 09.12.2018)
3. Гайсина А.В. Оптимизация и реинжиниринг бизнес-процессов. [Электронный ресурс] // URL <http://l.120-bal.ru/doc/29823/index.html> (дата обращения: 08.12.2018)
4. Голубева А.А. Реинжиниринг организационной структуры предприятия. [Электронный ресурс] // URL <https://scienceforum.ru/2014/article/2014002966> (дата обращения: 09.12.2018)
5. Перси Д., Перси К. Реинжиниринг бизнес-процессов предприятия. [Электронный ресурс] // URL <https://jkpersyblog.com/reinzhiniring-biznes-processov-predpriyatija/> (дата обращения: 05.12.2018)

© Е.С. Попова, В.А. Щербаков, 2018

УДК 338

ИВЕНТ-МЕНЕДЖМЕНТ В СОБЫТИЙНОМ ТУРИЗМЕ

О.Ю. ПУСТОВАРОВА

студент

Научный руководитель

Э.Н. КЛИМОВА

кандидат экономических наук,

доцент кафедры бизнеса в сфере услуг

Новосибирский государственный университет экономики и управления

г. Новосибирск

В статье рассмотрены вопросы роли ивент-менеджмента в событийном туризме. Приведены подходы к рассмотрению событийного туризма и его влияния на туристскую отрасль.

Ключевые слова: деловой туризм, ивент-менеджмент, событийный туризм.

Событийный туризм довольно молодое направление как в России, так и во всем мире. Определение событийного туризма появилось в 80-х годах в Европе. На тот момент событийный туризм не определялся как отдельный вид туризма, а входил в такие направления туризма как гастрономический, экологический, приключенческий и т.д. Спустя некоторое время он обособился и стал самостоятельной отраслью туризма. Организованные туры из Англии во Францию существовали еще в 1815 году. Начало строительства железных дорог значительно изменило время совершения путешествий. А, первый железнодорожный тур для своей паствы в 1843 организовал, Томас Кук. Томас Кук по праву сейчас считается основоположником событийного туризма. Именно Т.Куку удалось одновременно доставить на международную выставку в Париже 165000 человек [3].

Если рассматривать как разновидность событийного туризма карнавал, то он возник еще за 10 тысяч лет до Рождества Христова. Карнавал - это праздник, связанный с переодеваниями и красочными шествиями. Выделяется несколько версий о времени проведения первого карнавала. Согласно первой версии первый раз карнавал упомянули в XI веке, когда Венецианская республика стала фактически лидером средиземноморской торговли. Данное событие было озаменовано праздником, и первый венецианский карнавал прошёл в 1094 году. Во второй версии утверждается что первый венецианский карнавал был проведен в 998 году, когда венецианцы отмечали возвращение молодых невест, похищенных пиратами из Истрии. Сторонники третьей версии утверждали, что, первый венецианский карнавал был организован в честь победы в войне против патриарха Ульрико в 1162 году [4].

Безусловно самым популярным карнавалом является венецианский. Во многих других странах последняя неделя перед Великим постом сопровождается шумным весельем. Таким образом, карнавал охватывает всю Италию, Францию, Швейцарию, Австрию и Германию, Канары, Испанию, Бразилию и не большую часть стран Южной Америки.

Значительно позднее карнавалов начало своё развитие такая разновидность событийного туризма как выставки. Открытие «Великой выставки изделий промышленности всех наций» в Лондоне 1 мая 1851 года. Именно эта дата стала стартом развития всемирных выставок. Города проведения таких выставок являлись крупные промышленные центры мира.

Не менее короткую историю развития имеют ярмарки. Foire de Saint Denis такое название носила первая всемирно известная ярмарка, проходившая не далеко от Парижа. Основателем данной ярмарки выступает король Дагоберт. Ярмарку основали только в 629 г., но более 700 купцов она собрала уже к 710 г.

Событийный туризм - молодое и стремительно развивающееся направление. Среди российских туристов набирает отдых, связанный с различными событиями [1]. Тематически направления событийного туризма: театрализованные шоу, карнавалы, ярмарки, фестивали музыки, модные показы, народные праздники, цветочные фестивали, гастрономические фестивали, кинофестивали, спортивные события, религиозные праздники, экономические форумы. Своеобразной визитной карточкой событийного туризма в России являются такие города и области как: Москва и Московская область, Сочи и Краснодарский край, город Санкт-Петербург.

Понятие «событийный менеджмент» («event-management») - («управление событиями») развлекательное или рекламное представление, осуществляемое на театральной сцене, кино- или телеэкране, на спортивной или цирковой арене с использованием разного рода сюжетных ходов, изобразительных приемов, световой техники, компьютерной графики и т.п. В советское время чаще употреблялось понятие «культурно массовое мероприятие» [2].

Развлекательные мероприятия зародились еще в начале XIX века. Подтверждено Джо Голдблаттом то, что специальность инициатора разных увеселительных событий приобретает ее основание с двадцатого столетия. Сегодня профессионалами PR-бизнеса выделены такие направления событийного менеджмента: организация внутренних корпоративных мероприятий, которые направлены на укрепления духа на предприятии.

Также как и событийный туризм, событийный или ивент-менеджмент - это быстро-растущая профессиональная область, а индустрия туризма стала заинтересованным лицом в их успехе и привлекательности. Но не все события должны быть ориентированы на туризм, так как некоторое опасение вызывает потенциальное негативное воздействие, связанное маркетинговой ориентацией.

Список литературы

1. Соколова, М. В. История туризма [Текст] : учебное пособие / М. В. Соколова. - М.: Мастерство, 2002. - 352 с.

2. Сегура К. Карнавал в Венеции [Текст] / К. Сегура // Вояж. - 2004. - №3. - С. 13 - 14.
3. Нюрнбергер, Л.Б. Подходы к развитию региональных рекреационно-туристских систем / Л.Б. Нюрнбергер // Инновации в современном мире : Сборник статей Международной научно-практической конференции. - 2015. - С. 114-118.
4. Нюрнбергер, Л.Б., Бушуева, И.П. Формирование терминологического инструментария туристического бизнеса / Л.Б. Нюрнбергер, И.П. Бушуева // Активизация интеллектуального и ресурсного потенциала регионов : Материалы 4-й Всероссийской научно-практической конференции: в 2 частях. Под науч. ред. Н.Н. Даниленко, О.Н. Бaeовой. - 2018. - С. 508-514.

© О.Ю. Пустоварова, 2018

УДК 338

РЕЧЕВОЕ ВОЗДЕЙСТВИЕ КАК ИНСТРУМЕНТ ПРИВЛЕЧЕНИЯ КЛИЕНТА ТУРФИРМЫ

С.А. САРЫЧЕВА

студент

Научный руководитель

И.В. ТЕРЕНТЬЕВА

старший преподаватель кафедры бизнеса в сфере услуг
Новосибирский государственный университет экономики и управления
г. Новосибирск

Статья посвящена изучению основных коммуникативных технологий обслуживания клиентов в сфере туризма, поскольку большая часть конфликтных ситуаций возникает из-за неумения персонала турфирмы применять правильные виды речевого во

- турагентская деятельность;
- продажа туров на внутрисоветские направления и курорты (от туроператоров ООО «Алеан-Тур», «Ривьера Сочи», «Сибирь-Алтай» и др.);
- продажа зарубежных туров (от туроператоров ООО «Корал-Трэвел», ООО «Перас Тур», ООО «Анекс Тур», ООО «Натали турс», ООО «Тез тур» и других);
- продажа билетов всех авиакомпаний и железнодорожных билетов (в том числе и международных) на основе субагентского договора с крупнейшим в России агентом по продаже авиа- и ж.д. перевозок ООО «ВИП-Сервис».

Проведенное исследование показало, что 38% респондентов скорее удовлетворены качеством обслуживания, 26 % респондентов не совсем довольны процессом обслуживания и 12% совершенно недовольны качеством обслуживания.

Таким образом, была выявлена необходимость в эффективной системе обучения сотрудников туристического агентства, ориентированной на поддержание высокого уровня обслуживания клиентов, которая должна включать следующие основные элементы.

1. Тренинговые программы дают возможность при помощи ролевых игр получить навыки, которых не хватает у сотрудников туристического предприятия.

2. Знания техник эффективного общения и продаж позволяют обеспечить потребительские предпочтения клиентов, создать устойчивую систему отношений с ними и получить форму новых и желательно постоянных заказов.

3. Семинары нужно посещать регулярно, поскольку туристская отрасль развивается динамично и постоянно происходят изменения, появляются новшества, которые необходимо знать.

4. «Полевое» обучение со стороны непосредственных руководителей других организаций, например, страховых компаний по вопросам страхования туристов

5. Перекрестное обучение означает взаимообмен сотрудниками агентств своими знаниями и опытом. Формы такого перекрестного обучения могут быть совершенно разными. Скажем, подобный обмен опытом и новыми знаниями может происходить в ходе текущей работы на еженедельном совещании, проводимом в конце каждой недели на подведении итогов работы

бif & @& hrZw 6202660226,

струкций, методических пособий, сборников каталогов по продукции и т.д.) или учебных презентаций, компьютерных программ или видеofilmов.

8. Для самообразования менеджеров рекомендуется создать в агентстве «Книгу Сотрудника». В данной книге отразить алгоритмы поведения работника в различных ситуациях, возникающих в процессе общения с клиентами. Особенно этот документ будет полезен новым сотрудникам.

Создание «Книги Сотрудника» позволит существенно экономить ресурсы на проведение обучения, т.к. у сотрудников появляется возможность самостоятельно изучать теоретический материал и самостоятельно его дополнять по итогам работы с клиентами.

Конкурентоспособность туристского предприятия во многом зависит от психологической и речевой культуры его персонала [2]. Правильно разработанная в этом отношении политика создаст предприятию конкурентные преимущества, повысит его имидж, будет способствовать увеличению объема реализованных турпродуктов и услуг.

Список литературы

1. Квита, Г.Н., Сваровская, Е.Б., Стручкова, И.О. К вопросу об использовании зарубежного опыта организации сервисных услуг в туристической России на примере Турции / Г.Н. Квита, Е.Б. Сваровская, И.О. Стручкова // Индустрия туризма: возможности, приоритеты, проблемы и перспективы. - 2017. - Т. 10. - №1. - С. 157-165.

2. Климова, Э.Н., Климова, Т.В., Бушуева, И.П. Технологичный кислород предприятий сферы туризма / Э.Н. Климова, Т.В. Климова, И.П. Бушуева // Экономика и предпринимательство. - 2018. - №5 (94). - С. 754-759.

3. Леушина, О.В. Инновации как источник развития экономики / О.В. Леушина // Сибирская финансовая школа. - 2015. - №2 (109). - С. 96-100.

© С.А. Сарычева, 2018

УДК 338

ГОСУДАРСТВЕННОЕ УПРАВЛЕНИЕ В ОБЛАСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ И ОХРАНЫ ЗЕМЕЛЬ В РЕСПУБЛИКЕ БАШКОРТОСТАН

Г.А. САУБАНОВА

студент

П.П. ИЛЬИН

студент

Р.А. ВАЛОВА

студент

Башкирский государственный аграрный университет

г. Уфа

В статье рассмотрены основные государственные органы управления в области использования и охраны земель в республике Башкортостан. Выявлены проблемы сокращения земель сельскохозяйственного назначения и пути их решения.

Ключевые слова: государственное управление, рациональное использование, мониторинг земель

Земля является важнейшей частью окружающей природной среды, характеризующейся определенными природными, социально - экономическими и производственными характеристиками. Земля играет огромную роль в функционировании общества. Она является пространственным базисом в хозяйственной деятельности, средством производства, объектом недвижимости [4].

Для сохранения этого уникального природного объекта (земля), так же для соблюдения его рационального использования, существуют органы государственного управления.

Государственное управление земельными ресурсами - часть управленческой деятельности государства в целом. Государственное управление в области рационального использования и охраны земель означает, что государство в лице своих компетентных органов устанавливает определенные правила и нормы по организации использования, как всех земельных ресурсов страны, так и отдельных его частей. Управление земельными ресурсами - это организующая деятельность компетентных органов исполнительной власти по обеспечению рационального использования и охраны земель [7]. Система управление земельными ресурсами представлено на рисунке 1.



Рис. 1. Система управления земельными ресурсами

Основными задачами государственного управления в области охраны и использования земель являются:

- повышение эффективности использования и охраны земельных ресурсов государства;
- сохранение и улучшение экологического состояния территорий.

Объектом государственного управления являются все земли Республики Башкортостан.

Проблема эффективного использования земель, в основном сельскохозяйственного назначения, особо актуальна для Республики Башкортостан.

Республика Башкортостан находится в числе первых регионов страны, по площади, принадлежащих ей земель. Имея такую территорию во владении необходимо уметь рационально использовать её [3].

Так по состоянию на 1 января 2018 года по данным государственного учета земель земельный фонд Республики Башкортостан составил 14294,7 тыс.га.



Рис. 2. Структура земельного фонда Республики Башкортостан по состоянию на 1 января 2018 г.

Из приведённой выше диаграммы видно, на территории Республики Башкортостан преобладают земли сельскохозяйственного назначения - 50,9%, а также земель лесного фонда - 40%. На долю земель населенных пунктов приходится 4,7%, при этом города и поселки городского типа занимают 1,5% земельного фонда, сельские населенные пункты 3,2% [2].

Анализ использования земельных ресурсов показывает ряд негативных тенденций. Так, в Республике Башкортостан наблюдается многолетняя тенденция сокращения земель сельскохозяйственного назначения, ухудшения плодородия почвы, уменьшение гумусного слоя пашни [4,5,6]. Сохраняется рост земельных площадей населенных пунктов за счет сокращения земель других категорий, в том числе, и в большей степени, земель сельскохозяйственного назначения.

На 1 января 2018 года площадь земель сельскохозяйственного назначения составила 7279,4 тыс.га.

В целом, площадь категории земель сельскохозяйственного назначения в Республике Башкортостан по сравнению с предшествующим годом уменьшилась на 33,1 тыс. га. Это произошло за счет перевода земель площадью 3,7 тыс.га в категорию земель промышленности и иного специального назначения и 29,4 тыс.га в категорию земель населенных пунктов [2].

Содержание государственного управления землями составляют функции управления.

К основным функциям управления в области охраны и рационального использования земли относятся:

- информационная функция, включающая ведение государственного кадастра недвижимости, иной документации, содержащей сведения о землях и земельных участках; мониторинг земель, сбор и обобщение иной информации, прямо или косвенно связанной с состоянием земель;
- планирование и прогнозирование мероприятий в области использования и охраны земель;
- нормирование воздействий на окружающую среду, в том числе почву;
- экологическая экспертиза;
- земельный контроль;

- распоряжение земельными участками [7].

Органы осуществляющие управление землями в Республике Башкортостан представлено на рисунке 3.

Государственный контроль за использованием и охраной земель - это деятельность органов управления по осуществлению проверок за состоянием земель, выполнением мероприятий по их охране, соблюдением земельного законодательства.

Задачи государственного контроля за использованием и охраной земель заключаются в обеспечении исполнения установленных требований пользования землей, в проверке выполнения мероприятий по охране земель органами государственной власти и местного самоуправления [7,8].

Для наблюдения за состоянием земель в Республике Башкортостан нужно проводить мониторинг земель и землеустроительные работы.



Рис. 3 Органы осуществляющие управление землями в Республике Башкортостан

Мониторинг земель - это система наблюдений (съёмки, обследования и изыскания) за состоянием земель [1]. Мониторинг земель проводится на землях сельскохозяйственного назначения, населенных пунктов, промышленности, транспорта, связи, энергетики, обороны, запаса, лесного фонда, а также на других землях.

Основными задачами мониторинга земель являются:

- своевременное выявление изменений состояния земель;

- оценка происшедших изменений;
- прогноз и выработка рекомендаций о предупреждении и об устранении последствий негативных процессов;
- информационное обеспечение ведения государственного кадастра недвижимости, землеустройства, землепользования;
- обеспечение сведениями органов государственного контроля за использованием и охраной земельных ресурсов [7].

В ходе проведения землеустроительных работ необходимо проводить:

- информационное обеспечение управления путем проведения геодезических и картографических работ, почвенных, геоботанических и других обследований и изысканий, оценки качества и инвентаризации земель;
- планирование использования земельных ресурсов и их охраны путем разработки схем землеустройства и схем использования и охраны земельных ресурсов различных административно-территориальных образований;
- организацию рационального использования и охраны земель на основе рабочих проектов, связанных с использованием и охраной земель.

Так же для решения проблемы уменьшения земель сельскохозяйственного назначения, необходимо отменить процедуру перевода земель сельскохозяйственного назначения в земли населенных пунктов. Нужно повышать эффективность использования сельскохозяйственного назначения, путем предоставления финансовых средств для производителей сельскохозяйственной продукции.

Список литературы

1. Земельный кодекс Российской Федерации: Федер. закон от 10.01.2002 г. №7-ФЗ (дейст. ред. 2002) - Электрон. дан. - Режим доступа: <http://www.consultant.ru> доступ СПС «Консультант Плюс» (дата обращения: 22.10.2018). - Загл. с экрана.
2. Государственный (национальный) доклад о состоянии и использовании земель в Республике Башкортостан в 2018 году - Электрон. дан. - Режим доступа: https://rosreestr.ru/upload/to/respublika-bashkortostan/Statistika_analitika/naц%20доклад%20за%202017.pdf доступ Официальный сайт Управления Федеральной службы государственной регистрации, кадастра и картографии Республики Башкортостан (дата обращения: 21.11.18). - Загл. с экрана.
3. Кутляров, А.Н. Современные проблемы организации использования и охраны земель в Республике Башкортостан / А.Н. Кутляров, Д.Н. Кутляров // Землеустройство, кадастр и мониторинг земель. - 2017. - № 5. - С. 57-60.
4. Кутляров, Д.Н. Моделирование водных объектов Республики Башкортостан с использованием ГИС-технологий / Д.Н. Кутляров, А.Н. Кутляров // Землеустройство, кадастр и мониторинг земель. - 2018. - № 6 (161). - С. 61-66.
5. Стафийчук, И.Д. Организация территории деградированных земель: учеб. пособие. / И.Д. Стафийчук, А.Н. Кутляров, Д.Н. Кутляров - Уфа: Башкирский ГАУ, 2018. - 112 с.
6. Стафийчук, И.Д. Землеустройство деградированных земель сельскохозяйственного назначения: учеб. пособие. / И.Д. Стафийчук, А.Н. Кутляров, Д.Н. Кутляров - Уфа: Башкирский ГАУ, 2018. - 172 с.
7. Чешев, А.С. Правовое обеспечение землеустройства и кадастров [Текст] / А.А. Царенко, О.В. Погребная, К.В. Тихонова - Ростов - на - Дону: «Феникс», 2015. - 429.
8. Япаров, Г.Х. Управление земельными ресурсами в России и Республике Башкортостан: история, экономика, кадры монография / Г. Х. Япаров, А. Г. Уляева. Башкирский государственный аграрный университет. Уфа, 2013.

© Г.А. Саубанова, П.П. Ильин, Р.А. Валова, 2018

СОВРЕМЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ ДЕЛОВОГО ЭТИКЕТА И ПРОТОКОЛА В ТУРИСТСКОМ БИЗНЕСЕ

Е.И. СИМАКОВА

студент

Научный руководитель

И.П. БУШУЕВА

доцент кафедры бизнеса в сфере услуг, канд. социол. наук
Новосибирский государственный университет экономики и управления
г. Новосибирск

В статье рассматриваются современные проблемы делового этикета и протокола в туристском бизнесе. Отмечена необходимость формировать долгосрочные деловые отношения с клиентами с помощью правил этикета и делового протокола.

Ключевые слова: туризм, бизнес-этикет, деловой протокол.

В настоящее время в большинстве компаний всё чаще стал подниматься вопрос о деловом этикете и о том, как правильно регулировать отношения между руководителями и подчинёнными и насколько это играет важную роль в управлении. В большинстве случаев руководители допускают массу ошибок, например: не правильно доносят информацию до сотрудников, не умеют слушать и принять предложение, подытожить услышанную информацию и даже не ставят границы между личными и рабочими отношениями. Чаще всего это молодые руководители. Не обязательно это крупные компании, где за всем не уследить, и до этикета нет никому дела, нет, здесь имеют место быть и малые фирмы и даже элементарно торговые точки магазинов. Поскольку моя тема связана с туристским бизнесом, то я считаю, что туризм, так же как и любая другая сфера бизнеса и неотъемлемая часть экономики многих стран не может быть оставлена без внимания. Лично моё мнение таково, этические нормы не существуют конкретно для отдельной сферы, в данном случае для туризма, они носят обобщающий характер [1, 3]. Любое туристское предприятие это такой же малый элемент одного большого целого комплекса, и почему бы не взять общие этические нормы в целом и не отрегулировать для какой-то отдельной турфирмы [2]. Если руководители заинтересованы в грамотном управлении, то взяв за основу общие правила и добавив в них свои идеи и рамки, то мы получим перечень правил для конкретной туристской организации. Поэтому я считаю разумным рассмотреть в целом деловой этикет и этические нормы, поскольку это фундамент, заложенный в основе построения отношений внутри любой организации.

Этические стандарты не могут быть внедрены в жизнь какой-либо организации одномоментным приказом, для этого необходимы непрерывающиеся усилия со стороны директора, менеджера и рядовых сотрудников. Существует множество требований, потому как в идеале выглядит профессиональная этика. Она регулирует систему отноше-

ний между людьми в сфере бизнеса. Всемирно известные бизнесмены сформировали перечень этических требований, как для отдельных сотрудников, так и для целых предприятий и коллективов.

Требования этикета, в том числе и делового, не носят абсолютного характера, они меняются с течением времени, под влиянием различных факторов. Современный деловой человек следует этим неписаным нормам поведения. Этические нормы не просто существуют не просто так, да, в каждой организации они свои, но всё же стоит отметить, что они присутствуют. Они подобны нормативно-правовым актам, уставу, должностным инструкциям и иным правилам, установленным в организации их так же необходимо соблюдать, ибо без них хаос вам обеспечен.

Многие молодые руководители не разграничивают отношения со своими подчинёнными, а ещё хуже того, не выполняют своих главных обязанностей - не ведут себя как вышестоящее руководство. Сотрудники при таких руководителях ведут себя распустино, работа стоит на месте, нет прогресса, идей, целей для выполнения задач, люди не могут выслушать друг друга, каждый будет вступать в спор, и попросту говоря, компания рухнет как картонный домик, потому что нет распределения обязанностей и управления в целом. Деловые отношения они и носят смысл «дело», а дело в свою очередь требует совместных усилий и серьёзности. Без этики в компании ничего не сложится лучшим образом. Сотрудники не будут воспринимать начальство всерьёз, руководители не смогут грамотно и понятно донести информацию до подчинённых, а переговоры превратятся в «большую перемену» и как говорилось ранее, наступит хаос.

Если мы хотим построить успешную карьеру, быть лидером и вести за собой, если мы хотим объединять и развиваться, не стоит пренебрегать этикой и деловым этикетом, не стоит забывать что мы все цивилизованные люди и нам присуще развиваться, а не регрессировать. Деловые отношения в любой компании подобны тому, как нас учат с детства аккуратно принимать пищу, уважать старших, культурно вести себя, как просто быть человеком. Также и в компании, чтобы быть успешным руководителем, сотрудником, который идёт по карьерной лестнице и даже просто каждый человек в организации, важно уметь контактировать друг с другом.

Список литературы

1. Нюренбергер, Л.Б., Ананич, М.И. Коммуникационная составляющая в маркетинге отношений на рынке туристских услуг / Л.Б. Нюренбергер, М.И. Ананич // Национальные экономические системы в контексте формирования глобального экономического пространства: Материалы II международной научно-практической конференции. - 2016. - С. 348-349.
2. Нюренбергер, Л.Б., Климова, Э.Н. Парадигма устойчивого развития туризма: сущность, принципы, критерии / Л.Б. Нюренбергер, Э.Н. Климова // Активизация интеллектуального и ресурсного потенциала регионов : Материалы 4-й Всероссийской научно-практической конференции: в 2 частях. Под науч. ред. Н.Н. Даниленко, О.Н. Баяевой. - 2018. - С. 515-520.
3. Архипов, А.Е., Севрюков, И.Ю., Терентьева, И.В. Формирование инвестиционной привлекательности туризма в регионе / А.Е. Архипов, И.Ю. Севрюков, И.В. Терентьева // Развитие теории и практики управления социальными и экономическими системами : Материалы Пятой международной научно-практической конференции. Ответственный за выпуск Н.Л. Погалева. - 2016. - С. 196-198.

© Е.И. Симакова, 2018

АКТУАЛЬНОСТЬ ДАЙВИНГ-ТУРИЗМА В РОССИИ

Ю.С. ТЕЛЯТНИКОВА

студент

Научный руководитель

А.А. ПОПОВА

преподаватель кафедры Бизнеса в сфере услуг

Новосибирский государственный университет экономики и управления

г. Новосибирск

В статье рассмотрены основные направления развития дайвинг-туризма в России. Проанализированы виды дайвинг-туров и их востребованность среди россиян.

Ключевые слова: внутренний туризм, дайвинг-туризм, дайвинг-тур

Современный мир не стоит на месте, ускоряется ритм жизни, расширяются пределы человеческих познаний. Общество развивается с огромными темпами, а вместе с ним и потребность в отдыхе и рекреации, что напрямую влияет на сферу туризма [1, 2, 3]. В настоящее время не так уж много недоступных для любознательных и пытливых туристов мест, сфера туризма может удовлетворить практически любую потребность человека, но несмотря на это потребность в новых впечатлениях лишь увеличивается [4]. Этим обусловлена возрастающая популярность дайвинг-туризма, который несёт в себе всплеск бурных эмоций, гамму незабываемых ощущений и выплеск адреналина, заставляющий человека смотреть на жизнь по-новому. В свою очередь дайвинг-туризм, кроме всего перечисленного, даёт человеку возможность окунуться в совсем иную реальность, доступную лишь немногим, и ощутить всю таинственность манящего подводного мира. Целью исследования является выявление востребованности дайвинг-туризма в России и

Дайвинг давно уже стал популярным во всем мире, а в России стал привлекать любителей экстремального вида туризма только в начале 90-х годов

В настоящее время в мире насчитывается более 20 млн. сертифицированных дайверов, число которых за 40 лет возросло с нескольких сотен. В России с начала 2000 года число дайверов увеличилось в два раза и составляло более 8 тысяч человек [5]. Рост числа дайверов связано, прежде всего, доступностью обучения, оборудования и упрощенной процедуры организации дайвинг-туров. На данный момент лишь в Новосибирске расположено десять дайвинг-центров, обучающие дайвингу по таким системам, как PADI - самая популярная и распространённая система во всем мире, так и по европейской системе CMAS. По результатам обучения выдается сертификат, который дает право на самостоятельное погружение в любой точке планеты.

Крупные туроператоры плотно сотрудничают с дайвинг-центрами, дайвинг-клубами разных городов и курортов, что позволяет им предлагать своим клиентам полный пакет услуг непосредственно в офисах.

Анализ предложений рассмотрено на примере московского дайвинг-клуба «Сгосодиле», являющийся самым «старым» дайвинг-клубом страны.

Для российских туристов в настоящее время доступно более 60-ти направлений дайвинг-туров, каждое из которых включает в себя десяток туров различной сложности, продолжительности и стоимости. Стоимость дайвинг туров может варьироваться от 32 000 рублей за три дня, включая в себя проживание, питание и погружения, до 240 000 рублей в зависимости от сложности маршрута, отдалённости мест погружения и условий проживания на протяжении тура.

Не смотря на кажущуюся узко направленность дайвинга, российским туристам доступно большое разнообразие тематических погружений. Одно из самых популярных направлений - это дайвинг-сафари, не оставляющее никого равнодушным погружение с морскими обитателями. В частности, пользуются популярностью погружения с горбатыми китами, тигровыми акулами и кашалотами, погружение с последними крайне сложно организовать из-за глубоководного образа жизни этих китов, в связи с чем дайвинг с ними - это очень редкая и ценная возможность, предоставляемая не многими дайвинг-клубами мира. В связи с масштабным развитием дайвинг-туризма российским туристам доступны дайвинг туры как на самые популярные направления - Египет, Таиланд, Вьетнам, Мальдивы и Филиппины, так и в «экзотические», даже с точки зрения дайвинга, такие как Антарктида, Исландия и большой барьерный риф Австралии.

В целом рассмотрение затронутых в статье направлений развития дайвинг-туризма в России приводит автора к следующим выводам.

Востребованность дайвинг-туров обусловлена, в первую очередь, прогрессивным увеличением числа сертифицированных дайверов в России, что открывает возможности для дальнейшего развития дайвинг-туризма в России. В качестве второго фактора востребованности дайвинг-туров можно выделить изменение потребностей туристов и желание открывать для себя новые направления туризма и способы получения впечатлений, что и определяет актуальность дайвинг-туров среди российских туристов.

С ростом интереса к дайвинг-туризму растёт потребность совершенствования обслуживания, открытия новых мест для погружения, создание тематических туров. Всё это создаёт для дайвинг-туризма перспективу развития данного направления на территории России.

Список литературы

1. Бушуева, И.П. Влияние качества туристических услуг на экономику региона / И.П. Бушуева // Наука и социум: Материалы Всероссийской научно-практической конференции с международным участием. - 2017. - С. 29-32.
2. Климова, Э.Н., Климова, Т.В. Инновационность туристского продукта в борьбе за конкурентоспособность / Э.Н. Климова, Т.В. Климова // Международный научно-исследовательский журнал. - 2016. - №11-1 (53). - С. 40-43.
3. Леушина, О.В. Инновации как источник развития экономики / О.В. Леушина // Сибирская финансовая школа. - 2015. - №2 (109). - С. 96-100.
4. Развитие индустрии туризма и гостеприимства в Сибири: колл. монография // под ред. Русалевой Л.Ю. - Новосибирск: СибУПК, 2017.
5. Степанова С.В. Исследование формирования мировой индустрии дайвинга - инновационного направления развития туризма / Степанова С.В., Филимонова А.П. - Петрозаводск: Издательство Карельского института туризма, 2008.

© Ю.С. Телятникова, 2018

ПСИХОТИП СОТРУДНИКА КАК ФАКТОР ФОРМИРОВАНИЯ СОЦИАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКОГО КЛИМАТА ОРГАНИЗАЦИИ

Н.Ю. УЛИЦКАЯ

кандидат экономических наук, доцент,
доцент кафедры «Кадастр недвижимости и право»

И.С. САФРОНОВА

магистрант

Пензенский государственный университет архитектуры и строительства
г. Пенза

Статья посвящена такой актуальной теме как социально-психологический климат в организации. Чтобы чувствовать себя комфортно, в коллективе должна быть благоприятная обстановка. Ее создание зависит и от руководства, и от самих членов коллектива. При благоприятном социально-психологическом климате у сотрудников возрастает потенциал трудоспособности, организация быстрее достигает планируемых результатов.

Ключевые слова: социально-психологический климат, организация, коллектив, психотип, методы управления.

Большая часть активности человека связана с работой и поэтому очень важно, чтобы она приносила не только материальное, но и психологическое удовлетворение. Поэтому именно благоприятный социально-психологический климат в организации является главным фактором удовлетворенности работой и, главным образом, условием повышения производительности труда [4, 6].

Каждому сотруднику организации необходимо повышать свои профессиональные и человеческие качества. Но, нередко в коллективе могут возникать конфликтные ситуации. Их появлению способствуют такие факторы как: личная неприязнь, расхождение взглядов, неэффективное распределение трудовых полномочий [1, 5]. По статистике, в большинстве крупных организаций господствует атмосфера повышенной нервной «наэлектризованности», которая зачастую приводит к спаду производительности. Решение таких серьезных задач должно начинаться с руководителей отделов и директора, применяющих различные методы оптимизации управления фирмой, регулирования отношений внутри коллективов [2, 7].

На практике, наиболее действенными считаются методы мотивации и стимулирования с помощью разнообразных форм поощрения: разработка эффективных систем оплаты, ведение бонусных систем, возможность карьерного роста, получение ценного опыта; повышение комфорта на рабочем месте, внесение разнообразия в трудовую деятельность сотрудников [3].

Формирование личного состава, а иными словами, эффективный подбор кадров и, в дальнейшем, рациональное распределение между ними должностных обязанностей, является одной из составляющих создания и поддержания комфортного социально-психологического настроения всей организации [8]. Внутреннее состояние сотрудников во многом сопровождается их индивидуальными психическими процессами, что обусловлено чертами характера и особенностями темперамента. Поэтому можно выделить как минимум еще одно правило, а именно - подбор сотрудников по психотипу. Выделяется 2

основных психотипа: интроверты - командные игроки и экстраверты, отдающие предпочтение самостоятельной работе [3, 5].

Чтобы убедиться в таком распределении типов людей, нами на практике было проведено наблюдение за сотрудниками одного из государственных учреждений г. Пенза - ФГБУ «ФКП Росреестра». По результатам анкетирования сотрудников отделов на принадлежность к определенному психотипу, была составлена статистическая модель (рис. 1).

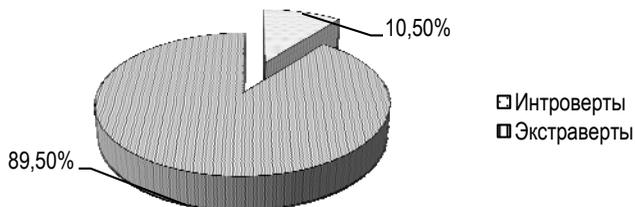


Рис. 1. Распределение респондентов по психотипу

Далее более детально исследуем черты характера респондентов, выделяя 4 подтипа работников с присущими их особенностями на рабочем месте (рис. 2):

1) «звездочки» - сотрудники видят не только краткосрочную, но и долгосрочную перспективу. Стремясь к лидерству, такие работники вряд ли будут рваться только к материальной стороне первенства. Главный минус такого типа - это быстрая сгораемость и «скачкообразная» смена рабочего места после достижения поставленных целей;

2) «трудоголики» - такие сотрудники могут потратить слишком много времени на задание, на которое на самом деле требуется очень мало времени, поскольку не умеют расставить приоритеты. Результативно для начальников, имеющих таких подчиненных, проводить анализ результатов и затраченного времени;

3) «патологические лентяи» - принцип таких работников «можно халтурить - работаю, нельзя - увольняюсь». Необходимо постараться быстрее избавить коллектив от таких сотрудников;

4) «обычные» работники - в течение 1-3 лет такие сотрудники способны выдержать напряженный ритм работы. При отсутствии новых перспектив рвение ослабевает и «обычный» работник начинает выкладываться по минимуму [6, 8].

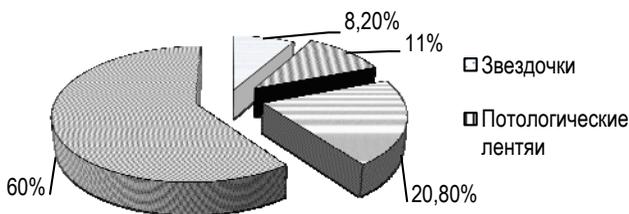


Рис. 2. Распределение респондентов по психологическим подтипам

Подводя итог, важно отметить, что неудовлетворенность положением в коллективе, политикой предприятия в целом, влечет к снижению работоспособности сотрудников, частной смене кадров, а главное к спаду производительности труда [2, 7]. Применяя раз-

Казенные учреждения финансируются средствами, относящимися к соответствующим бюджетным фондам согласно принятой смете. Статья 31 ФЗ №83 говорит о том, что базой создания казенного учреждения осуществляется является функционирующее юридическое лицо без проведения процедур реорганизации посредством изменения его типа [2].

Казенное учреждение осуществляет свою деятельность на основании бюджетной сметы за счет средств соответствующего бюджета. Казённые учреждения ведут операции с бюджетными средствами через лицевые счета, которые открываются в соответствии с БК РФ.

Основной вопрос управления финансовыми ресурсами казенного учреждения заключается в эффективности расходования государственных ресурсов.

Наглядно расходование всех видов финансового обеспечения казенного учреждения представлено на рис. 1 [4, С. 539].



Рис. Расходы финансовых ресурсов казенного учреждения

Вопросы повышения эффективности бюджетных расходов на оказание услуг обществу являются одной из приоритетных задач современной политики бюджетного планирования и реформирования на всех уровнях системы общественных финансов. От того, насколько грамотно будет проведена работа по планированию сметных ассигнований, зависит во многом успешное исполнение учреждением бюджетных обязательств [3, с. 140].

Для анализа финансового состояния Федерального казенного учреждения Исправительная колония № 15 Управления Федеральной службы исполнения наказаний по Самарской области баланс учреждения был приведен к виду баланса коммерческого предприятия.

Показатели финансовой устойчивости имеют нормальный уровень, т.е. удовлетворяют нормативным значениям.

Но анализ ликвидности показал, что текущая ликвидность ФКУ ИК-15 УФСИН несколько ухудшилась за счет снижения медленнореализуемых активов. Снижение значения показателя текущей ликвидности свидетельствует о повышении финансового риска.

На низкую ликвидность оказывает влияние отрицательный финансовый результат, который в свою очередь напрямую зависит от расходов учреждения. Для того, чтобы повысить чистый операционный результат, необходимо сократить расходы учреждения.

Поэтому одним из мероприятий по улучшению финансовых показателей является снижение расходов ФКУ ИК-15 УФСИН, что в свою очередь оказывает влияние на показатели ликвидности.

Для снижения расходов на подбор персонала предложено мероприятие по снижению текучести, поскольку сотрудники увольняются в связи со снижением зарплат.

Поэтому при увеличении выплат персоналу снизится текучесть кадров, что окажет влияние на снижение расходов на подбор персонала через кадровые агентства.

В результате мероприятия повысится эффективность деятельности учреждения, что выразится в улучшении устойчивости ликвидности, деловой активности и рентабельности.

Список литературы

1. Бюджетный кодекс РФ от 31.07.1998 г. № 145-ФЗ (ред. от 13.07. 2015 г.) [Электронный ресурс] // Гарант : [сайт информ.-правовой компании]. - М., 2016. - Режим доступа: <http://base.garant.ru/12112604>
2. Федеральный закон от 08.05.2010 г. № 83-ФЗ «О внесении изменений в отдельные законодательные акты РФ в связи с совершенствованием правового положения государственных (муниципальных) учреждений» (ред. от 29.12.2015 г.) [Электронный ресурс] // Консультант Плюс : [сайт информ.-правовой компании]. - М., 2016. - Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_law_100193/
3. Золотун Е.П. Методологические основы анализа финансового состояния казенного учреждения // Вестник Московского государственного университета печати. - 2018. - №2. - С. 140.
4. Крапивин Д.С. Казенные, бюджетные и автономные учреждения // Современные проблемы науки и образования. - 2016. - № 6. - С. 539.

© **Е.В. Фоменко, Е.В. Сучкова, 2018**

УДК 338

ЭФФЕКТИВНОСТЬ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ КОРПОРАТИВНЫХ СТРУКТУР

В.Д. ЧИЧКИНА

кандидат экономических наук, доцент кафедры экономики
Филиал ФГБОУ ВО «Самарский государственный
технический университет» в г. Сызрани
г. Сызрань

Конкурентоспособность предприятия возможна лишь в том случае, если все структуры предприятия способны в любой момент времени начать процесс реструктуризации с минимальными потерями для эффективности предприятия. Целью реструктуризации является получение максимального эффекта от производственно-хозяйственной и финансовой деятельности в долгосрочной перспективе. Актуальным становится вопрос, как происходит анализ каждого отдельного элемента реструктуризации и оптимизация его состояния по критерию устойчивой эффективности всей производственно-хозяйственной деятельности предприятия в стратегической перспективе.

Ключевые слова: конкурентоспособность, реструктуризация, стоимость компании, эффективность, стратегия развития, инвестиции, бизнес процессы.

Одним из важнейших вопросов организации производства на любом этапе деятельности экономического объекта являются вопросы реорганизации производственно-

финансовой системы и внедрение инноваций. Процессы реорганизационно-инновационного характера применительно к корпоративным структурам являются проблемными, в отличие от малого и среднего бизнеса, вследствие сложного капиталоемкого производства и наукоемкой продукции.

Реструктуризация - комплексный процесс преобразования деятельности предприятия, направленный на формирование и поддержание его конкурентных преимуществ во всех сферах. [3.С.80].

Любая саморазвивающаяся и самоорганизующаяся система использует процесс реструктуризации в единстве с инновационной деятельностью объединения, где основополагающими будут:

- определение критических мест организационно-технологических процессов;
- реакция на внешние и внутренние изменения в любой момент времени;

Реструктуризационно-инновационные процессы направлены на реализацию целей корпоративной системы: обеспечение приращения капитала; обеспечение стабильности развития посредством управления прибылью. Процессы развития предприятия по характеру являются инновационными, динамичными, рискованными.[2 с2]

На основе системы критериальных оценок функционирования корпоративных систем можно выделить основные направления реструктуризационно-инновационных проектов:

- товарно-инновационное направление (совокупность инновационных стратегических решений, определяющих номенклатуру, объем и качество выпускаемой продукции);
- рыночное направление (совокупность инновационных стратегических решений, определяющих способы поведения корпоративных систем на товарном рынке);
- внутреннее ресурсное направление (совокупность инновационных стратегических решений, определяющих методику управления ресурсами корпоративной системы);
- внешнее ресурсное направление - рынок ресурсов (совокупность инновационных стратегических решений, определяющих поведение корпоративной системы на рынке производственно-финансовых ресурсов);
- интеграционное направление (совокупность инновационных стратегических решений, определяющих способы привлечения, накопления и распределения финансовых ресурсов);
- социально-производственное направление (совокупность инновационных стратегических решений, определяющих тип и структуру коллектива работников корпоративной системы, а также степень взаимодействия с собственниками акций);
- управление (совокупность инновационных стратегических решений, определяющих характер управления корпоративной системы при реализации, выбранной инновационной стратегии).

Преобразования, внедряемые на предприятии, это стратегически ориентированные действия по обеспечению непрерывного, постепенного и целенаправленного изменения параметров в целях повышения конкурентоспособности предприятия[1,С.349]

Состав реструктуризационно-инновационных проектов определяет комплекс организационных, управленческих, технологических, инженерных мероприятий, обеспечивающих корпоративной системе повышение конкурентоспособности и возможность ее сохранения в долгосрочной перспективе.

Организационно-информационная система управления реструктуризационно-инновационными проектами, переходя в систему управления и контроля производственной системы, поддерживает следующие функции:

1. стратегическое и тактическое планирование- определение перспективных финансовых задач и разработка программы эффективных действий, нацеленных на выполнение этих задач;

2. моделирование - использование совокупности методов, технологии и инструментальных средств для подготовки информации, способной убедить руководство в эффективности предлагаемых проектов и целесообразности предлагаемых действий, а также для оценки текущего и прогнозного состояния объекта управления;

3. оперативное планирование - определение рациональных способов решения текущих финансовых задач с учетом необходимости достижения перспективных финансовых целей;

4. мониторинг - сбор информации о состоянии объекта управления и окружающей среды;

5. диагностика - оценка соответствия текущих значений параметров, характеризующих состояние объекта, плановым показателям на данный момент времени;

6. цель управления - обеспечение эффективности объекта управления.

Разработка модели управления процессом реструктуризации промышленных предприятий при условии внедрения инновационных процессов, базируется на особенностях организационно-экономических систем, к которым по сравнению с техническими, можно отнести следующие:

- нестандартность отдельных параметров систем и стохастичность ее поведения;
- уникальность и неопределенность поведения системы в конкретных условиях;
- наличие предельных возможностей, определяемых имеющимися ресурсами;
- способность адаптироваться к изменяющимся условиям;
- способность изменять свою структуру и формировать варианты поведения.

Комплексная программа реструктуризации предприятия является наиболее общим процессом, включающим всесторонний анализ деятельности всех подразделений предприятия, планирование его дальнейшего развития и реализации программы реструктуризации на практике.

Устойчивое развитие предприятия - это процесс постоянных изменений, при которых использование ресурсов, направление инвестиций, научно-техническое развитие, внедрение инноваций, совершенствование персонала и институциональные изменения согласованы друг с другом и направлены на повышение настоящего и будущего потенциала предприятия и достижение стратегических целей

Список литературы

1. Чичкина В. Д. Роль организационных преобразований в повышении конкурентоспособности предприятий.- Вестник Инжэкона. Серия: Экономика. Выпуск 1(60).2013, с349-351.

2 Чичкина В.д. Тойменцева И.А. Стратегическое управление процессами функционирования, совершенствования и развития предприятия. Интернет-журнал «Науковедение» №5(18) 2013

3.Акимова Т.А. Мосейкин Ю.Н. Экономика устойчивого развития: учебное пособие. М., Экономика, 2009.- 430с.

4. Чичкина В. Д. Реорганизационно-инновационные процессы организационно технологической структуры производственно-корпоративных систем.- Международный научный журнал «Инновационная наука» №10/2015г., с144-146.

© В.Д. Чичкина, 2018

ПРОБЛЕМЫ ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ ОТРАСЛЕЙ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА

УДК 338

ВЫБОР НЕГОСУДАРСТВЕННОГО ПЕНСИОННОГО ФОНДА

И.Ю. АВДЕЕВА

студент

ФГБОУ ВО «Череповецкий государственный университет»

г. Череповец

В статье рассматриваются современные подходы в оценке качества негосударственных пенсионных фондов. Предложена методика оценки качества управляющей компании для накопления пенсионных сбережений на примере ООО УК «Альфа Капитал» и ООО УК «Открытие».

Ключевые слова: негосударственный пенсионный фонд, пенсионные накопления, пенсионный возраст, инвестиционный портфель, доходность.

В связи с принятием федерального закона № 350-ФЗ «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации по вопросам назначения и выплат пенсий» от 3.10.2018 возникло множество дискуссий по данному вопросу[5]. Зачем необходимо увеличение пенсионного возраста? Какова экономическая выгода для государства и граждан? Как преодолеть сопротивление недовольного населения? Эти и другие вопросы разбирались на протяжении долгого времени, после чего законопроект был утвержден. Но на основе этого у граждан возникли новые проблемы, связанные с трудоустройством, выбора пенсионного фонда для накопления пенсионных выплат и другие.

Рассмотрим более подробно проблему предпочтения пенсионного фонда. Для формирования накопительной пенсии по большим процентам граждане все чаще прибегают к услугам негосударственных пенсионных фондов. В данном вопросе главное не ошибиться и сохранить, а также преумножить свой вклад в будущую пенсию.

Принятие решения о выборе того или иного пенсионного негосударственного фонда должно быть логически обоснованно, именно поэтому можно предложить следующий негласный алгоритм принятия решения:

1. изучение общей информации об организации (год открытия, стоимость пенсионных резервов) - дает понять какой опыт организация имеет в данной области;
2. рассмотрение лиц являющихся учредителями данного пенсионного фонда - раскрывает устойчивость и застрахованность фонда на рынке данных услуг;
3. анализ доходности негосударственного пенсионного фонда - говорит о возможности фонда обеспечивать своих клиентов денежными выплатами;

Актуальные проблемы развития российской экономики и управления

4. синтез инвестиционного портфеля негосударственного пенсионного фонда - объясняет высокую доходность, но при этом не стабильность одних управляющих компаний и фиксированную, но небольшую доходность других;

5. обращение к рейтинговой оценке агентства «Эксперт РА» - предоставляет возможность ознакомиться с оценкой управляющих компаний со стороны экспертов;

6. найти представительство фонда в социальных сетях - его наличие говорит об открытости предприятия.

Для наглядного представления данного алгоритма проведем сравнительную оценку управляющих компаний «Альфа Капитал» и «Открытие» (см. таблицы).

Сравнительная оценка управляющих компаний «Альфа Капитал» и «Открытие» (на 2018 год)

| Компании | ООО УК «Альфа Капитал» | | ООО УК «Открытие» | |
|--|--|--------|----------------------------------|--------|
| Показатели оценки | | | | |
| 1 | 2 | | 3 | |
| 1. Общие сведения: - год открытия - стоимость пенсионных резервов | 1992 год 115988 тыс.руб.[2] | | 2000 год 64355000 тыс.руб.[3] | |
| 2. Учредители | ООО «Альфа инвестиции», ООО «АК Холдер» | | ПАО Банк «ФК Открытие» | |
| 3. Средняя доходность инвестирования средств пенсионных накоплений за период действия договора доверительного управления пенсионными накоплениями, % годовых [1] | 6,62 | | 11,71 | |
| 4. Инвестиционный портфель:(см. рис.)[1] | | | | |
| Денежные средства на счетах в кредитных организациях | 142 035,32 руб. | 0,01% | 85360897 руб. | 11,47% |
| Ценные бумаги, в том числе: | 1076562263,72 руб. | 98,37% | 541373113,72 руб. | 72,76% |
| Государственные ценные бумаги РФ | 503937322 руб. | 46,04% | 140318230,17 руб. | 18,86% |
| Государственные ценные бумаги субъектов РФ | 168191835,72 руб. | 15,36% | 0 | 0% |
| Облигации российских хозяйственных обществ | 366022140 руб. | 33,45% | 292941589,55 руб. | 39,37% |
| Акции российских эмитентов, созданных в форме ОАО | 38410966 руб. | 3,51% | 108 113 294,00 руб. | 14,53% |
| Дебиторская задолженность, в том числе: | 17671963,05 руб. | 1,61% | 117288489,05 руб. | 15,76% |
| Средства пенсионных накоплений на специальных брокерских счетах | 6107240,81 руб. | 0,56% | 106248068,29 руб. | 14,28% |
| Дебиторская задолженность по процентному (купонному) доходу по облигациям | 10840522,24 руб. | 0,99% | 8227229,11 руб. | 1,11% |
| прочая дебиторская задолженность | 724200 руб. | 0,66% | 8227229,11 руб. | 1,11% |
| Итого рыночная стоимость портфеля | 1094376262,09 руб. | 100% | 744022499,77 руб. | 100% |

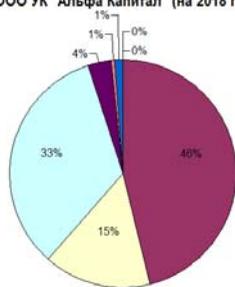
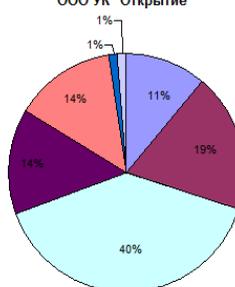
| 1 | 2 | 3 |
|--|--|--|
| | <p>Инвестиционный портфель ООО УК "Альфа Капитал" (на 2018 г.)</p>  | <p>Инвестиционный портфель ООО УК "Открытие"</p>  |
| <p>5. Оценка рейтинговых агентств: - «Эксперт РА»: рейтинг надежности и качества услуг:[4]</p> | <p>- «А++» - исключительно высокий/наивысший уровень надежности и качества услуг</p> <ul style="list-style-type: none"> • 10 место среди крупнейших УК по объему пенсионных накоплений ПФР в управлении | <p>- «А+» - очень высокий уровень надежности и качества услуг</p> <ul style="list-style-type: none"> • 2 место среди крупнейших УК по объему пенсионных накоплений НПФ в управлении • 4 место среди крупнейших УК по итогу инвестиционных резервов НПФ; • 10 место среди крупнейших УК по итогам пенсионных накоплений ПФР в управлении |
| <p>6. Наличие страниц в социальных сетях</p> | <p>Вконтакте, Facebook, Instagram</p> | <p>Вконтакте, Facebook</p> |

Рис. Инвестиционный портфель

На основе представленных данных можно сделать следующие выводы:

1. рассматриваемые фонды были созданы до реформы 2002 года, что говорит о высокой квалификации данных организаций, но преимущество по данному пункту отдается ООО УК «Альфа Капитал», так как он является более надежным, потому что смог «пережить» два кризиса 1998 и 2008 годов. Но что касается стоимости основных ресурсов, здесь преимущество берет ООО УК «Открытие»;

2. если опираться на надежность учредителей данных компаний, то лидирующую позицию занимает ООО УК «Альфа Капитал»;

3. со значительным превосходством в доходности на первое место выходит ООО УК «Открытие»;

4. что касается инвестиционного портфеля, то более надежный он у ООО УК «Альфа Капитал», так как большая часть инвестирования занимают государственные ценные бумаги, а более прибыльным является ООО УК «Открытие», так как основное инвестирование приходится на облигации крупных хозяйственных обществ;

5. рейтинговое агентство «Эксперт РА» дает высокую оценку обоим управляющим компаниям, но более надежной считается ООО УК «Альфа Капитал»;

6. негосударственные пенсионные фонды в равной мере поддерживают обратную связь со своими клиентами с помощью социальных сетей.

Таким образом, более надежным и устойчивым на рынке является ООО УК «Альфа Капитал», а наиболее прибыльным ООО УК «Открытие», но уже с большими рисками.

Подводя итоги проделанной работы можно сделать вывод, что негосударственный пенсионный фонд необходимо выбирать с такими показателями, как:

1. год основания фонда раньше 1998 года с учетом объема пенсионных накоплений на данный момент;

2. учредителями компании должны являться крупные предприятия преимущественно из сектора экономики связанного с газом, нефтью и электроэнергетикой;

3. доходность относительно высокая с учетом количества клиентов;

4. в инвестиционном портфеле большую часть должен занимать государственный сектор - говорит о надежности фонда;

5. организация должна принимать участие в рейтингах профильного рейтингового агентства «Эксперт РА»;

6. присутствие обратной связи с клиентами говорит об открытости негосударственного пенсионного фонда.

Список литературы

1. Сайт государственного пенсионного фонда Российской Федерации [Электронный ресурс: <http://www.pfrf.ru/knopki/zhizn-449>]

2. Сайт компании ООО УК «Альфа Капитал» [Электронный ресурс: <https://www.alfacapital.ru/about/>]

3. Сайт компании ООО УК «Открытие» [Электронный ресурс: <https://www.open-am.ru/>]

4. Сайт рейтингового агентства «Эксперт РА» [Электронный ресурс: https://raexpert.ru/rankings/uk/uk_3q_2018/]

5. ФЗ № 350-ФЗ «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации по вопросам назначения и выплаты пенсий» [Электронный ресурс: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_308156/]

© И.Ю. Авдеева, 2018

УДК 338.1

ОЦЕНКА СОСТОЯНИЯ РЫНКА ДЕЛОВОГО ТУРИЗМА В Г. НОВОСИБИРСКЕ

А.К. АЗИЗБЕРДИЕВА

студент

Научный руководитель

Э.Н. КЛИМОВА

доцент кафедры бизнеса в сфере услуг, канд. экон. наук

«Новосибирский государственный университет экономики и управления»

г. Новосибирск

Деловой туризм в городе Новосибирске является высоко развивающейся отраслью на протяжении уже нескольких последних лет. Автором проведена оценка состояния делового туризма в городе Новосибирске и определены факторы и предпосылки дальнейшего развития делового туризма.

Ключевые слова: деловой туризм, факторы делового туризма, оценка делового туризма.

Центром делового туризма Западной Сибири остается, как и прежде, город Новосибирск. Этот город уже второй десяток лет является не только центром бизнес-активности, привлекающим тысячи деловых людей со всей страны и из-за границы, но и признанным выставочным центром Сибири. Конгрессная деятельность является важнейшим инструментом инновационного развития экономики и реализации приоритетных региональных и городских программ, о чем свидетельствуют проведенные в последние годы на территории российских городов международные экономические форумы.

Именно Новосибирск является как деловым центром Новосибирской области, так и всего Сибирского Федерального округа, а также занимает одно из ведущих мест и в масштабах всей страны.

Гостиничный комплекс Новосибирска на 2018 год по данным системы онлайн-бронирования отелей

национальной кухни [3]. Деловые туристы предпочитают форму обслуживания - шведский стол, который предлагает на выбор любые блюда и в любом количестве, представленные в меню.

В Настоящее время Новосибирск реализует себя как крупнейший транспортно-распределительный и транзитный узел Восточной части России, чему в значительной мере способствует выгодное геополитическое положение. Транспортный комплекс Новосибирска является одним из важнейших элементов инвестиционной привлекательности региона.

Результаты анализа и оценки рынка состояния делового туризма показали, что по своей экономической природе бизнес-туризм, несомненно, выгоден как городу Новосибирску, так и всей области. К основным преимуществам развития делового туризма в регионе относятся:

- геополитическое положение Новосибирска, которое дает преимущество не только в российском, но и в международном масштабе;
- продвижение Новосибирска на международной арене: проведение экономических форумов и других крупных международных мероприятий повышают привлекательность города в деловых и политических кругах;
- дальнейшее развитие транспортной инфраструктуры увеличит поток туристов в регионе;
- рост промышленного и научного потенциала Новосибирска способствует привлечению бизнес-туристов в город;
- деловой туризм обладает более высокой степенью доходности в сравнении с традиционным туризмом. По данным ВТО занимая только 20% ниши в общем объеме туризма деловой туризм обеспечивает до 60% денежного оборота;
- деловой туризм имеет внесезонный характер. Рост деловых мероприятий приводит к повышению среднего уровня загрузки гостиниц, так как реализация деловых туров в меньшей степени зависит от времени года, чем другие виды туризма;
- деловой туризм, относительно традиционного, в меньшей степени подвержен спадам из-за влияния экономики, политики и других факторов.

Таким образом, вышеперечисленные преимущества формируют факторы и предпосылки дальнейшего развития делового туризма в Новосибирске.

Список литературы

1. Архипов, А.Е., Севрюков, И.Ю., Терентьева, И.В. Формирование инвестиционной привлекательности туризма в регионе / А.Е. Архипов, И.Ю. Севрюков, И.В. Терентьева // Развитие теории и практики управления социальными и экономическими системами : Материалы Пятой международной научно-практической конференции. - 2016. - С. 196-198.
2. Климова, Э.Н., Алимбиева, А.С. Рынок гостиничных услуг г. Новосибирска. Современное состояние, тренды / Э.Н. Климова, А.С. Алимбиева // Туризм: гостеприимство, спорт, индустрия питания : Материалы II Всероссийской научно-практической конференции. Ответственный редактор К.Г. Томилин. - 2016. - С. 105-107.
3. Лучина, Н.А., Аршинова, А.Н. Преимущества и угрозы развития массового туризма в условиях глобализации / Н.А. Лучина, А.Н. Аршинова // Активизация интеллектуального и ресурсного потенциала регионов : Материалы 4-й Всероссийской научно-практической конференции. - 2018. - С. 493-498.
4. Туризм в Новосибирской области [Электронный ресурс] URL: <http://vseon.com/analitika/infrastruktura/turizm-v-novosibirskoj-oblasti...> (дата обращения 23.11.18 г.)

© А.К. Азизбердиева, 2018

К ПРОБЛЕМАМ РАЗВИТИЯ СЕЛЬСКОГО ТУРИЗМА В РОССИИ

М.О. АРТАМОНОВА

студент

Научный руководитель

Г.Н. КВИТА

доцент кафедры бизнеса в сфере услуг, канд. филос. наук
«Новосибирский государственный университет экономики и управления»
г. Новосибирск

В статье рассматриваются понятие и содержание сельского туризма, зарубежный опыт развития сельского туризма, проводится анализ факторов, влияющих на продвижение этого вида туризма в России, приводятся примеры позитивного российского опыта в становлении сельских дестинаций.

Ключевые слова: сельский туризм, развитие, рекреационные ресурсы.

Как прогнозирует ЮНВТО, пальма первенства по темпам развития различных видов туризма принадлежит экологическому, сельскому, культурно-познавательному, тематическому или специализированному, круизному туризму. Сельский туризм появился в Европе 1970-х годах сначала во Франции, Италии, Австрии, Германии и Испании, затем распространился на Кипр, Хорватию, Польшу, Канаду. Главным мотивом появления этого феномена стала потребность городских жителей, имеющих средний достаток, провести свободное время на природе, отдохнуть и одновременно приобщиться к укладу жизни и быту крестьянской семьи, при этом самим поучаствовать в сельскохозяйственных работах.

В настоящее время 40 млн. горожан из стран Западной Европы выбирают сельский туризм в качестве своего отдыха, предпочитая его курортам. Самый многочисленный сегмент любителей сельского туризма составляют семьи с детьми. Дети любят общаться с домашними животными, с удовольствием собирают овощи, фрукты, ягоды, которые здесь можно съесть самим.

Наиболее развит сельский туризм в Италии, где 5 декабря 1985 г. был принят закон о развитии этого сектора национальной экономики. В постиндустриальном обществе высокое развитие производительности и наукоемкости сельского хозяйства с неизбежностью ведет к сокращению числа рабочих мест, что в сельской местности ведет к безработице.

Во Франции сельский туризм превратился в один из аспектов государственной политики, согласно которой правительство страны надеется, как минимум, сократить отток сельских жителей в город. Беспокорство вызвало и резкое сокращение производства вина и сыра - тех сельскохозяйственных продуктов, которыми жители Франции гордились всегда. Государство инвестировало средства в восстановление более 50 заброшенных усадеб, в которых были фермы, сыроварни и винодельческое производство. Их хозяевами стали молодые семейные пары. Как показал опыт, усадьбы, превращенные в объекты сельского туризма, оказались прибыльными.

Россия представляет собой идеальную страну для почти всех видов «зеленых» путешествий - экологических, сельских, приключенческих, этнографических. РФ обладает для этого богатыми рекреационными ресурсами: реками, озерами, 46,6% территории составляют леса, 50 национальных парков занимают 12% всей территории страны. А кроме того в сельской местно-

сти сохранилось большое количество деревень, сохранивших в большой степени деревенский уклад жизни, напоминающий в определенных аспектах условия XIX века. Россия активно стремится присоединиться к общему тренду в развитии туризма и в Стратегии развития туризма в РФ до 2020 называет агротуризм в качестве одного из таких приоритетов. В настоящее время разработана Концепция развития сельского туризма в России, которая определяет пути и методы развития сельского туризма на 2016- 2030 годы [3].

Решая общую проблему отдыха оздоровления, сельский туризм одновременно помогает решать острые экономические вопросы, стоящие перед малым и средним бизнесом в сельском хозяйстве, таких как поддержка небольших деревень, сохранение сельского быта, повышение доходов сельских жителей, уровня их жизни, активизация интереса к изучению народных традиций, обычаев, обрядов, возрождение народных промыслов и ремёсел, сохранение культурно-исторического наследия.

В настоящее время в России уже существует опыт организации агротуристских предприятий, созданных по моделям типа «пансион», «тур с проживанием в традиционном кочевом жилище», «национальная деревня», «VIP-деревня», «сельская гостиница» и другие[1].,

Список литературы

1. Климова, Э.Н., Климова, Т.В. Инновационность туристского продукта в борьбе за конкурентоспособность / Э.Н. Климова, Т.В. Климова // Международный научно-исследовательский журнал. - 2016. - №11-1 (53). - С. 40-43.
2. Нюренбергер, Л.Б., Бушуева, И.П. Формирование терминологического инструментария туристического бизнеса / Л.Б. Нюренбергер, И.П. Бушуева // Активизация интеллектуального и ресурсного потенциала регионов : Материалы 4-й Всероссийской научно-практической конференции. - 2018. - С. 508-514.
3. Об утверждении Стратегии устойчивого развития сельских территорий Российской Федерации на период до 2030 года (с изменениями на 13 января 2017 года): <http://docs.cntd.ru/document/420251273>.

© М.О. Артамонова, 2018

УДК 338.3

**ПРОБЛЕМНЫЕ АСПЕКТЫ ТАМОЖЕННОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ ВВОЗА
ЗАПРЕЩЕННЫХ ТОВАРОВ НА ТЕРРИТОРИЮ РФ**

Д.С. АНТОНОВА

студент

Д.Н. СУСЛОВ

кандидат экономических наук, доцент

Ю.О. УШАКОВА

студент

М.В. ЮРЧЕНКО

студент

«Сибирский Федеральный Университет»

г. Красноярск

В ответ на многочисленные санкции Запада Россия ввела продовольственное эмбарго, заключающееся в запрете ввоза на территорию России продовольствия из ряда стран. Введённый запрет осложняет работу таможенного регулирования, в частности, таможенного контроля поставок через страны ЕАЭС. В данной статье рассмотрены конкретные дела по ввозу запрещённых товаров, что приводит к привлечению к административной ответственности, вплоть до уничтожения запрещённой продукции. Ввиду данной проблемы возникает необходимость совершенствования российского законодательства относительно ввоза санкционной продукции через страны ЕАЭС.

Ключевые слова: продовольственное эмбарго, таможенное регулирование, запрещённые товары, санкции.

В августе 2014 года Россия ввела продовольственное эмбарго в ответ на многочисленные санкции западных стран. Конкретно запрет касался ввоза овощей, фруктов, рыбы, мясной и молочной продукции из США, Европейского союза (далее ЕС), Канады, Австралии и Норвегии [1]. Ввиду введенного Россией эмбарго таможенные органы Российской Федерации (далее РФ) столкнулись с рядом проблем: резким увеличением импорта продовольствия из третьих стран, контрабандой, недостоверным декларированием и т.д. Это, безусловно, требует оперативного принятия соответствующих мер таможенного администрирования. Одним из ключевых вопросов является то, что на фоне торгового эмбарго России поставщики из недружественных государств предпринимают попытки минимизировать свои потери путем использования обходных путей для снабжения России санкционной продукцией.

Одним из основных способов обхода российского эмбарго является поставка запрещенной продукции через третьи страны. Конкретно это относится к ряду государств Евразийского экономического союза (далее ЕАЭС), в котором обеспечивается свобода движения товаров и услуг. Также важно помнить о существовании Союзного Государства России и Белоруссии, где организуется единое экономическое и таможенное пространство. Однако союзные страны не причастны к возникшему международному конфликту России с другими государствами, и продовольственное эмбарго ими не вводилось. Таким образом, введенный Россией торговый запрет противоречит ранее подписанным договорам с союзными государствами, поскольку поставщики из этих стран, обладая преференциями, могут легально поставлять санкционную продукцию в Россию.

Все больше источников указывают на Беларусь, как страну, через которую осуществляется реэкспорт большинства санкционных товаров в Россию под видом белорусской продукции, поставки которой после введения эмбарго резко возросли[2]. К примеру, за 2016 год в РФ импорт моркови увеличился в 2,6 раза, яблок в полтора раза, капусты в 3,3 раза, о чем свидетельствует таможенная статистика[3]. Чаще всего механизм обхода эмбарго состоит в следующем: продукция из «черного списка» стран поставляется в союзное с Россией государство, там происходит переклеивание этикеток, смена маркировок, либо расфасовывание импортной продукции, что позволяет изменить таможенный код товара. В итоге у санкционного товара меняется страна происхождения, и данный продукт без каких-либо ограничений может ввозиться в Россию. Также поставщики санкционных товаров, с целью прохождения российской таможни, используют такой способ легализации продукции как двойная сертификация. Подобная схема применяется в случае выдачи сертификатов разного происхождения на один и тот же продукт. Непосредственно, это относится к овощам и фруктам, страну происхождения которых достаточно сложно определить.

Масштаб проблемы лучше всего показывает пример с польскими яблоками. Как известно, Польша является крупнейшим производителем данного фрукта, причем большинство партий экспортировалось именно в Россию[4]. После введения санкций вывоз прекратился, польские производители потерпели значительные убытки. Однако, стремясь уменьшить свои потери, поставщики из Польши используют различные «серые» схемы ввоза, описанные выше. Например, в ноябре 2018 года, таможенники Белоруссии пресекли незаконный ввоз на территорию РФ более 17,5 тонн польских яблок[5]. Водитель-экспедитор российской фирмы-перевозчика не представил никаких документов, в том числе и подтверждающий безопасность продукции для потребления фитосанитарный сертификат. Оперативная таможня по этому делу начала административный процесс.

Обращаясь к справочной правовой системе России КонсультантПлюс, можно сформулировать вероятные меры наказаний, последующие за вышеперечисленные нарушения. В соответствии со статьей 16.21 КоАП, если индивидуальный предприниматель занимается торговлей санкционных продуктов, а именно яблок, страной происхождения которых является Республика Польша, то на должностное лицо назначается штраф в размере от десяти до двадцати тысяч рублей. Юридические лица также подлежат административной ответственности в виде административного штрафа в размере от одной второй до двукратного размера стоимости товаров[6]. Стоит подчеркнуть, что в большинстве случаев государственные органы конфискуют санкционный товар с его последующим уничтожением, которое считается правомерным способом наказания, после подписания соответствующего указа об уничтожении продукции, попавшей под эмбарго[7]. Правительство разрешило уничтожать такое продовольствие любым законным способом.

В ходе анализа судебной практики были выявлены наиболее показательные дела. Рассмотрим дело от 30 октября 2017 года N 308-КГ17-15212[8]. Индивидуальный предпринима-

тель подал кассационную жалобу на решение Арбитражного суда Ростовской области, постановление Пятнадцатого арбитражного апелляционного суда и постановление Арбитражного суда Северо-Кавказского округа. Требования истца заключались в признании незаконным бездействия Несветайского таможенного поста Ростовской таможни, выразившегося в неосуществлении выпуска товаров (персики, нектарины), также признании незаконными его действий по изъятию и уничтожению части этих товаров.

Как установлено судами, отказ в выпуске товаров мотивирован требованиями статьи 152 Таможенного кодекса Таможенного союза (соблюдение запретов и ограничений при перемещении товаров через таможенную границу) и Указа Президента Российской Федерации от 29.07.2015 года N 391 "Об отдельных специальных экономических мерах, применяемых в целях обеспечения безопасности Российской Федерации". Рассматривая спор, суды установили, что ввезенные предпринимателем товары (персики, нектарины) не являются происходящими из стран, указанных в предъявленных к таможенному оформлению документах, а являются санкционными и запрещены к ввозу на территорию Российской Федерации Указом Президента Российской Федерации от 06.08.2014 N 560, постановлением Правительства Российской Федерации от 07.08.2014 N 778, о чем свидетельствуют результаты идентификационной таможенной экспертизы. Доводы кассационной жалобы сводятся к несогласию с оценкой проведенной таможенным органом экспертизы. Суд определил отказать индивидуальному предпринимателю в передаче кассационной жалобы для рассмотрения в судебном заседании Судебной коллегии по экономическим спорам Верховного Суда РФ.

Другим примером, отражающим проблему таможенного регулирования запрещенных товаров, является дело от 13 марта 2017 г. N 307-АД16-14218 частного транспортно-предприятия на постановление Арбитражного суда Северо-Западного округа[9]. Предприятие было привлечено к административной ответственности на основании части 1 статьи 16.3 КоАП РФ с назначением наказания в виде штрафа в размере 101 000 рублей. Основанием для привлечения к ответственности послужил выявленный административным органом факт ввоза заявителем продукции (груши свежие), включенного в перечень товаров, запрещенных к ввозу на территорию РФ, утвержденный постановлением Правительства РФ. Предприятие требовало отменить постановление суда. Верховный Суд РФ отказал предприятию в передаче кассационной жалобы в судебном заседании Судебной коллегии по экономическим спорам Верховного Суда Российской Федерации.

На основании вышеперечисленных дел следует сказать, что попытки ввоза санкционных товаров, с юридической точки зрения, трактуются однозначно: правоприменительная практика в большинстве случаев находится на стороне таможни. Все стадии арбитражного разбирательства подтверждают правоту государственных органов.

В заключении можно сделать вывод, что на данный момент российское законодательство несовершенно относительно таможенного регулирования ввоза запрещенной продукции на территорию России посредством третьих стран. Это объясняется несоответствием нормативных актов, касающихся свободного перемещения товаров и услуг между Россией, Беларуссией и другими странами ЕАЭС, и действия российского продовольственного эмбарго. Подобная стратегия России является спорной, так как ставит под вопрос отношения с союзными государствами. В качестве разрешения данного вопроса можно обозначить два пути: либо заключить дополнительное соглашение со странами ЕАЭС по урегулированию реэкспорта санкционной продукции, либо легализовать ввоз запрещенных товаров путем выдачи лицензий поставщикам.

Список литературы

1. Указ Президента РФ от 6 августа 2014 г. N 560 "О применении отдельных специальных экономических мер в целях обеспечения безопасности Российской Федерации" [Электронный ресурс]. URL: <http://base.garant.ru/70711352/>

2. Как Белоруссия снабжает Россию санкционными продуктами [Электронный ресурс]. URL: <https://www.vedomosti.ru/business/articles/2017/03/27/682805-belorussiya-sanktsionnimi-produktami>.
 3. Федеральная таможенная служба [Электронный ресурс]. URL: <http://www.customs.ru/>
 4. Рынок фруктов в Польше [Электронный ресурс]. URL: <https://maxriseconsulting.com/mok-fruktov-v-polshe/>
 5. В Белоруссии пресекли ввоз в Россию более 17,5 тонн польских яблок [Электронный ресурс]. URL: <https://ria.ru/20181103/1532081976.html>
 6. Справка из системы КонсультантПлюс [Электронный ресурс]. URL: <https://demo.consultant.ru/cgi/online.cgi?BASENODE=43020&SORTTYPE=0&base=QSA002&cacheid=1AF9DF A558253F9436A354F6833567E6&n=178949&req=doc&md=C0D341DCC50E55B3CE1EB18CB6A3E61F&ts=116542783308516433027846453#021039552773050563>
 7. Вступило в силу постановление об уничтожении санкционной продукции [Электронный ресурс]. URL: www.garant.ru/news/642694/
 8. Дело из судебной практики КонсультантПлюс [Электронный ресурс]. URL: <https://demo.consultant.ru/cgi/online.cgi?req=doc&ts=8624569340998185819861525&cacheid=B2AF8428A1C6A10B2DE8DC770B62CD85&mode=splus&base=ARB002&n=517657&md=860E7D21D6B37F2C60DDB1F03D1726FD#07335662523509388>
 9. Дело из судебной практики КонсультантПлюс [Электронный ресурс]. URL: <https://demo.consultant.ru/cgi/online.cgi?req=doc&ts=96181535908468690962329515&cacheid=44E2F1FEF24DC47DA88E59CD30E6A256&mode=splus&base=ARB002&n=493621&md=860E7D21D6B37F2C60DDB1F03D1726FD#09758399444321273>
- © Д.С. Антонова, Д.Н. Суслов, Ю.О. Ушакова, М.В. Юрченко, 2018

УДК 338.2

ИССЛЕДОВАНИЕ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИХ АСПЕКТОВ МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА НА МУНИЦИПАЛЬНОМ УРОВНЕ

А.С. БАЛАНДИНА

студент

Филиал ФГБОУ ВО «Самарский государственный
технический университет»

г. Сызрань

В данной статье рассмотрена роль малого бизнеса в социально-экономическом развитии муниципального образования. Проведено исследование развития малого бизнеса и рассмотрены факторы негативно влияющие на малый бизнес и предложены пути дальнейшего развития малого бизнеса.

Ключевые слова: малое и среднее предпринимательство, студенческий бизнес-инкубатор, индивидуальное предпринимательство.

Малое предпринимательство – это совокупность независимых мелких и средних предприятий, выступающих как экономические субъекты рынка. Эти предприятия не входят в состав монополистических объединений и занимают по отношению к ним в хозяйственном отношении подчиненное или зависимое положение [1]. Малые предприятия, осуществляющие несколько видов деятельности (многопрофильные), относятся к такому по критериям того вида деятельности, доля которого является наибольшей в годовом объеме оборота или в годовом объеме прибыли.

Термин «малое предпринимательство» (МП) имеет универсальный, характер. Стоит отметить, что нет единого подхода в определении, что есть малое предприятие. Используются разные критерии, например общая численность, объем оборота, объем годового дохода, степень участия в капитале других компаний и др. [2].

В странах Европейского Союза, например, выделяются микропредприятия с численностью менее 10 чел. и до 2 млн. евро годового оборота, средние предприятия - 30-249 чел. и до 50 млн. евро годового оборота.

В России статус малого предприятия могут получить те организации, деятельность которых соответствует следующим критериям: - доля государства, общественных, религиозных, благотворительных организаций в уставном капитале малого предприятия не должна быть менее 25%, доля финансовых ресурсов посторонних юридических и физических лиц в уставном капитале малого предприятия не должна быть более 25%; - средняя численность работников за отчетный период не превышает в промышленности - 100 человек [3].

В табл. 1 приведены данные о развитии малых и средних предприятий (МСП) в ряде стран.

Таблица 1

Структура МСП в развитых странах

| Страна | Количество МСП, тыс. | Занято в МСП, млн чел. | Доля МСП в общей численности занятых, % | Доля МСП в ВВП, % |
|----------------|----------------------|------------------------|---|-------------------|
| Великобритания | 2630 | 13,6 | 49 | 50-53 |
| Германия | 3390 | 18,5 | 46 | 50-52 |
| Италия | 3920 | 16,8 | 73 | 57-60 |
| Франция | 1980 | 15,2 | 54 | 55-62 |
| Страны ЕС (15) | 15770 | 68,0 | 72 | 63-67 |
| США | 12300 | 20,2 | 64 | 50-52 |
| Россия | 844 | 8,3 | 43 | 10-11 |

Как видно из таблицы 1 малые предприятия по сравнению с крупными в отдельных странах занимают доминирующее положение, как по числу, так и по удельному весу в производстве товаров, выполнении работ, оказании услуг.

Количество малых предприятий колеблется от 37 до 74,2 на 1000 жителей, несмотря на это их вклад в валовый внутренний продукт составляет более 50%. Малые предприятия обеспечивают высокую занятость. В то время как для России характерны как малая численность таких предприятий, так и незначительный их вклад в ВВП.

Развитие малого и среднего предпринимательства на территории городского округа Сызрань является одним из направлений стратегии социально-экономического развития Самарской области на период до 2030 года.

Малый бизнес города представлен как малыми предприятиями, так и индивидуальными предпринимателями.

Для исследования численности малых предприятий в г. Сызрань был выбран период с 2015 по 2017 гг. (см. табл. 2). Традиционно малый бизнес в торговле и оказании посреднических услуг считается самым популярным видом малого бизнеса в нашей стране. Доля индивидуальных предпринимателей, занимающихся торговлей, оказанием консультационных и посреднических услуг составляет порядка 80%, среди малых предприятий - юридических лиц более половины также занимаются торговой деятельностью. Такое неравномерное распределение по сферам деятельности малого бизнеса обусловлено, прежде всего, экономической ситуацией в нашей стране, когда для малого бизнеса в торговле существовали благоприятные условия, а для развития малого производственного бизнеса не делалось почти ничего [4].

Таблица 2

Количество малых предприятий г.о. Сызрань, единиц

| Показатели | 2015 г. | 2016 г. | 2017 г. |
|---|---------|---------|---------|
| Количество малых предприятий - всего по состоянию на конец года | 2983,00 | 2880,00 | 2764,00 |
| в т. ч. по основным видам экономической деятельности: | | | |
| Добыча полезных ископаемых | 4,00 | 4,00 | 4,00 |
| Обрабатывающие производства | 53,00 | 60,00 | 58,00 |
| Производство и распределение электроэнергии, газа и воды | 13,00 | 14,00 | 15,00 |
| Строительство | 117,00 | 120,00 | 130,00 |
| Оптовая и розничная торговля; | 951,00 | 960,00 | 970,00 |

Данные по г.о. Сызрань показывают, что количество предприятий малого бизнеса снижается, начиная с 2015 г. В 2016 г. по сравнению с 2015г. темп роста составил 96,5%, а в 2017 г. по сравнению с 2016 г. темп роста еще снизился на 0,5 % и составил 96%. Наблюдается снижение субъектов малого бизнеса в обрабатывающих производствах и значительное увеличение субъектов малого бизнеса в строительстве. Наибольшее количество малых предприятий из рассмотренных сфер экономической деятельности представлено в оптовой и розничной торговле.

В рамках исследования был проведен опрос среди представителей малого бизнеса. Исследование проводилось на 50 малых предприятиях г.о. Сызрани по материалам исследования данного опроса был составлен рейтинг факторов, негативно влияющих на малый бизнес:

- высокая налоговая нагрузка-50%;
- ограниченность финансовых средств-48%;
- нестабильность законодательства-45%;
- коррупция в органах власти и управления-35%;
- высокие ставки арендной платы-32%;
- проверки контрольно-надзорных органов-25%;
- трудности с получением кредита-23%;
- низкая квалификация персонала-13%.

Общее количество работающих на малых предприятиях за анализируемый период имеет тенденцию к сокращению. В 2015 году количество работающих на малых предприятий составляло 26200 человек, в 2016 году - 25500 человек, в 2017 году - 23800 человек. Наибольшее количество работающих на предприятиях оптовой и розничной торговли и в сфере оказания услуг (4268 человек). Рост по сравнению с 2015 годом составил 3,39 %. Отмечается устойчивая тенденция к увеличению численности сотрудников малых предприятий в отраслях строительства.

Рассмотрим поступление налоговых платежей в бюджет городского округа Сызрань по различным схемам налогообложения, применяемым в малом бизнесе [5].

Таблица 3

Поступление налоговых платежей в бюджет г.о. Сызрань по видам налогов за 2016-2017 гг.

| Наименования налогового поступления | 2016 г. | 2017 г. | Темп роста, % |
|---|-----------|-----------|---------------|
| Поступление единого налога от применения специальных режимов налогообложения, т.ч., тыс.руб.: | 194865,78 | 201082,00 | 103,19 |
| Поступление единого налога, взимаемого с применением упрощенной системы налогообложения, тыс.руб. | 86777,00 | 108532,00 | 125,07 |
| Поступление единого налога на вмененный доход, тыс. руб. | 107714,99 | 92064,00 | 85,47 |
| Поступление налога на доходы физических лиц занимающихся предпринимательской деятельностью, тыс. руб. | 18234,90 | 10992,00 | 60,28 |

| Наименования налогового поступления | 2016 г. | 2017 г. | Темп роста, % |
|--|---------|---------|---------------|
| Расходы местного бюджета на программу поддержки и развития малого предпринимательства, тыс. руб. | 1081,70 | 3220,00 | 297,68 |
| Количество организаций (субъектов) малого бизнеса, получивших поддержку за счет средств местного бюджета, тыс.руб. | 1591,00 | 1661,00 | 101,26 |
| Количество налогоплательщиков ЕНВД, тыс.руб. | 3120,00 | 2174,00 | 69,68 |
| Доля ЕНВД в сумме налоговых и неналоговых доходов, % | 7,20 | 6,80 | -0,4 п.п. |

По сравнению с показателем 2016 года поступление единого налога от применения специальных режимов налогообложения в доходы консолидированного бюджета увеличилось на 3,2% и составило 201,1 млн. рублей.

Поступления налога на доходы физических лиц, занимающихся предпринимательской деятельностью, в консолидированный бюджет сократились, по сравнению с 2016 годом на 39,7% и составили 10,9 млн. рублей. В бюджет городского округа Сызрань сумма поступлений за отчетный период составила 4 397 тыс. рублей, для сравнения в 2016 году в доход бюджета поступило 7 294 тыс. рублей.

Малый бизнес имеет свою нишу в экономике городского округа, которая обеспечивает наиболее эффективную отдачу от работы, как с крупными предприятиями, так и с отдельным человеком. Малое предпринимательство в городском округе Сызрань является одним из резервов развития экономики муниципального образования, активно участвующим в социально-экономической жизни муниципального образования.

Для прогрессивного развития малого бизнеса в городе необходимо создание и развитие специализированных центров (бизнес-инкубаторов) по поддержке малого предпринимательства. Такие центры должны быть аккумулирующей структурой, ресурсной базой (интеллектуальной и финансовой) для объектов инфраструктуры развития и поддержки малого бизнеса в г.о. Сызрань.

Список литературы

- 1 Андреев, В. Государственная поддержка малого предпринимательства. // Российская юстиция. - 12. - 2015. с. 22-24.
- 2 Глазунова, Н.И. Система государственного и муниципального управления: Учебник. М.: ТК Велби, Изд-во Проспект, 2015. 544 с.
- 3 Ларичева, З.М. Малый бизнес: проблемы и перспективы его развития // Менеджмент в России и за рубежом. - 2. 2015. с. 11-14.
- 4 <http://adm.syzran.ru/> -официальный сайт муниципального образования в городском округе Сызрани.
- 5 <http://syzran-small.net.ru> - официальный сайт организаций малого предпринимательства в городском округе Сызрани.

© А.С. Баландина, 2018

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ РЕГУЛИРОВАНИЯ И ЭВОЛЮЦИИ СЛИЯНИЙ И ПОГЛОЩЕНИЙ В РОССИИ И ЗА РУБЕЖОМ

И.А. БОЛИЕВА

Кандидат экономических наук, доцент кафедры «Экономики и управления»

Ж.В. БЕТЕЕВА

студент магистратуры

«Северо-Кавказский горно-металлургический институт
(государственный технологический университет)»

г. Владикавказ

Проявление процессов слияний и поглощений (с англ. *Acquisitions and Mergers*), называемое в свою очередь кратко *A&M* или *M&A*, является необходимой частью любой рыночной экономики. На сегодняшний день Россия является молодым развивающимся участником в области слияния и глобализации бизнеса в мире. Следовательно, растущая конкуренция на глобальных рынках (*M&A*), преимущественно делает значимым детальное рассмотрение и определение слияния и поглощения в России, а также за рубежом.

Ключевые слова: узкое и широкое представление понятий поглощение и слияние, приобретение, присоединение

В научной экономической литературе имеются многообразные подходы к определению и классификации сделок слияния и поглощения. Узкое представление и понимание слияний и поглощений совершается с помощью юридического определения реорганизации, формами которого являются слияния и присоединения. В экономическом, то есть широком, осмыслении слияние и поглощение сопряжено с переходом контроля над деятельностью общества, которые способны нести как формальный, в такой же мере неформальный принцип. Рассмотрим эти подходы.

Подходы к установлению определений «слияние» и «поглощение»

Один из подходов отталкивается от юридического осознания сделок слияний и поглощений. Отличия отечественного от иностранного законодательства предоставляют иногда противоречивые, на первый взгляд, осмысления данных процессов. В соответствии с отечественным законом слияние - это реорганизация юридических лиц, полномочия и прямые обязанности которого передаются каждому из них к вновь образовавшемуся лицу в соответствии с передаточным актом. Тем самым, условием которого является оформления реорганизации, формой которой как раз является процесс слияния, возникает появление соответственно нового юридического лица. Так, новая компания под собственным надзором берет управление всех активов и обязательств перед покупателями фирм - личных составляющих частей, в последствии чего распускаются последние. Таким образом, в российском законодательстве слияние обществ признается формирование нового общества посредством передачи ему всевозможных правовых норм и обязательств двух либо более обществ с прекращением последних.

Соответствии с общепризнанными за рубежом подходами под понятием слияние имеется в виду объединение различного характера хозяйствующих субъектов и их форм, в следствии которого создается или образовывается единая экономическая единица из

гия между определениями «поглощение» и «присоединение» в использовании по контексту юриспруденции.

Подобно тому, как ранее было отмечено, иностранные авторы не стремятся к конкретному разделению определений слияния и поглощения. Согласно содержанию, весь ход процесса слияния и поглощения заключают в себе объединение бизнеса. Но отечественный термин присоединения организаций, применяющийся в российском законодательстве, в соответствии с иностранным, «поглощение» предполагает под собою устранение реорганизуемых фирм, присоединяющихся или же поглощаемых, без создания нового юридического лица на рынке. Согласно принципу, в неразвернутом, юридическом значении, слово присоединение как бы замещает собою поглощение в Российской Федерации. Доказательством служат изучения на тему «Поглощения и слияния» целого ряда ученых и профессионалов в экономике. В соответствии с рассматриваемым в исследовании первому подходу, Калашников Г. и Шарипов Т. подтверждают, что поглощение является одним из методов реорганизации, наиболее сходного к слиянию или присоединению юридического лица.

Под слиянием предполагается любое объединение хозяйствующих субъектов, в частности которого происходит формирование единой экономической единицы.

Иностранный автор Ли Ю Ганн в своей книге отмечает, что поглощение - это организация нескольких компаний, в следствии которого одна из них, выживает, а другие теряют свою независимость и прекращают существование с передачей своих прав и прямых обязанностей жизнеспособному предприятию.

Изучая деятельность и сущность акционерных обществ, Г.Ф. Шершеневич называл поглощение методом слияния юридического лица, в случае чего оно прерывает свою активность. В нынешний период подход, подобный как выше к исследуемой категории, наблюдается у А.В. Спиридоновой; она понимает под поглощением также экономические движения интеграции, то есть совмещение в единое целое корпораций, осуществляемое посредством реорганизации юридических лиц по форме присоединений и слияний, а еще также посредством приобретения одним юридическим лицом в связи с другим юридическим лицом, организацией либо другой фактической способностью оказывать определяющее значение, в отличие от объединения сообществ, слияние и поглощение характеризуется тем, что не возникает новый субъект права влияния на руководство и в заключения, принимаемые данным юридическим лицом, компанией. Таким образом, в понимании юриспруденции, слияние и поглощение фирм - это частный инцидент реорганизации, отличительным показателем которого является модификация юридического статуса одного из действующих субъектов и завершение его существования. Зарубежная формулировка слияний фирм сходится с присоединением (ФЗ Об ОАО) - прекращение работы 1-го либо нескольких сообществ посредством передачи всех прав и прямых обязанностей другому обществу. Этот термин применяется в отечественном праве в качестве синонима иностранного определения поглощения - объединение двух или более фирм, в последствии которого к одной фирмы переходят полномочия и обязательства поглощаемых компаний, которые прерывают свое существование.

В широком, экономическом, значении слияние и поглощение определяются как метод установления контроля над обществом и также его активами.

Так, термин слияние в отечественной и иностранной практике обозначает соединение некоторых фирм в одну, к тому же с примерно равными финансовыми параметрами. При этом исследования делового оборота и работ ученых в России и в иностранной научной сфере показывают отсутствие четкого отличия между суждениями слияния и поглощения, приобретения в финансовом осмыслении. Во всех рассмотренных работах

данные определения применяются одновременно. При этом делается упор на том, что слияние совершается с предположительно одинаковыми по масштабам фирмами, а поглощения с отличающимися.

Вместе со всем вышеописанным, находим важным придерживаться на разновидностях поглощения- дружественном и недружественном (агрессивном) поглощениях.

При дружественном слиянии/поглощении, английский вариант понятия, это "friendly takeover" - возглавляющая структура и акционеры приобретаемой и приобретающей фирм удерживают эту сделку. Сочетание слов «недружественное поглощение» исходит по своему началу от британского "hostile takeover, под этим выражением подразумевается «установление контролирования над системой организации совершается несмотря на свободу воли менеджмента и/или владельца данного предприятия».

Отсюда следует, что, с экономической точки зрения суть сделок по слияниям и поглощениям состоит в желании к увеличению имущества инвестора, увеличению доходов, повышению рентабельности инвестированного капитала, также как норма, в форме увеличения курсовой стоимости фирмы в полной ее капитализации как суммарной биржевой цены всех акций фирмы. Свообразие в том, что достижение этих целей гарантируется в таких сделках не за счет формирования и использования своих административных, экономических, производственных и сбытовых потенциалов фирмы. Устройство слияний и поглощений используется тогда, когда получение конкурентноспособных преимуществ возможно извлечь с минимальными затратами именно за счет внешних источников путем получения активов прочих фирм.

Нормативное исследование определений слияние и поглощение дает возможность расценивать их в нескольких значениях. В следствии проведенного разбора понятий можно привести следующие заключения:

- слияния и поглощения предусматривают участие 2-ух суверенных, независимых хозяйствующих субъектов с различным составом и структурой собственности;

- термины слияние и поглощение могут рассматриваться в узком, по контексту юриспруденции, и развернутом экономическом значении;

- в узком, соответственно юридическом смысле, слияние и поглощение рассматривается в контексте реорганизации юридического лица. При этом также иностранное понятие поглощение практически сменяется термином «присоединение» - прекращение 1-го либо нескольких обществ с передачей всех их прав и прямых обязанностей иному обществу;

- в широком экономическом значении явления т&а весьма похожим между собой. Слияние и поглощение означают метод установления корпоративного контролирования над акциями либо активами сообщества;

- из-за неудовлетворительной проработки термина поглощения в российском законодательстве, так как данного понятия нет в Конституции и в ключевых федеральных законах;

- в качестве синонима иностранного понятия «поглощение» в широком осмыслении применяется понятие «приобретение». Оно означает утверждение контролирования общества в случае приобретения свыше 30% его акций;

- -слияния, как правило, ведутся в дружественной форме, но поглощения существуют как дружескими, так и не дружественными. Стало быть, процедуру слияния и поглощения коммерческих объединений допускается установить, как процедуру объединения двух суверенных коммерческих учреждений при этом с разной структурой имущества в один хозяйствующий субъект, организацию.

Список литературы

1. Фосстер Р. Искусство поглощений и слияний / Фостер и Алесандра Рид - М.: Альп Паблш, 2011. - 960 с.
2. Ляпина С. Поглощения и слияния - процессы развитой экономики / Рынок ценных бумаг.-2010 - с. 16-19

3. Шершениевич Г.Ф. Курс торгового права. Т. I: Введение. Торговые деятели.

4. Ли Ю Ганн. Слияния и приобретения предприятий. - М.: МАКС, 2003.

5. Шарипов Т., Калашников Г. Слияния и поглощения обществ по праву РФ: практические вопросы

// Слияния и поглощения. - 2007.

© И.А. Болиева, Ж.В. Бетева, 2018

УДК 338

ГОСУДАРСТВЕННОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ИНВЕСТИЦИОННЫХ ПРОЦЕССОВ КАК ФАКТОР ИНВЕСТИЦИОННОЙ АКТИВНОСТИ ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

И.А. БОЛИЕВА

Кандидат экономических наук,
доцент кафедры Экономики и управления на предприя т ии

А.Х. КАМБОЛОВ

Магистр

«Северо-Кавказский горно-металлургический институт
(государственный технологический университет)»

г. Владикавказ

В статье анализируются теоретические нюансы правительственного влияния на инвестиционный процесс в сфере промышленности. Государственное регулирование рассматривается в концепции категорий инвестиционной стратегии, инвестиционного менеджмента, управления инвестициями. Систематизированы инструменты и способы влияния государства на процесс инвестирования.

Ключевые слова: инвестиционный менеджмент и потенциал, инвестиционная политика, инвестиционная привлекательность, методы и инструменты правительственного регулирования инвестиций, государственное регулирование.

Перед Российской Федерацией встают актуальные вопросы в области промышленной модернизации индустриального сектора, преодолению результатов мирового финансово-экономического упадка, переходу к новейшей модели финансового роста на основе инновационного развития, совершенствованию структуры государственного хозяйства, росту производительности и конкурентоспособности сфер российского индустриального сектора в условиях новейших вызовов мирового рынка и вхождения Российской Федерации в ВТО. Все они актуализируют потребность увеличения инвестиционной активности фирм практически всех сфер российского промышленного комплекса.

Либерализация экономики, проделанная в процессе рыночных реформ, сопровождалась внезапным уменьшением значимости страны как инвестора промышленной отрасли и крайне незначительной регулирующей значимостью в отношении инвестиций для частного сектора. На то, что сформировавшийся в российской промышленной отрасли механизм рыночного саморегулирования инвестиционных действий никак не удовлетворяет нынешним условиям дальнейшего развития государства, указывает масса фактов. Среди них - устаревший физически и морально индустриальный аппарат промышленных компаний, неспешные темпы его обновления. Снижение инвестиционной активности отечественных компаний ставило их в довольно кризисное положение. В соответствии с подсчетами, выполненными на основании служебной статистики [1; 2], объем вложений в реальный основной капитал сокра-

щался вплоть до 20 % дореформенного значения и восстановлен к на данный момент лишь до 70 % от изначального объема 90-х годов. Капиталовложения в нашей стране в расчете на одного жителя составляют лишь примерно 30 % таких в развитых государствах.

Практические мероприятия государственного воздействия на инвестиционное развитие являются недостаточными или безрезультатными. Данный факт поставил перед наукой проблему инвентаризации методов и способов правительственного влияния на инвестиции, раскрытия возможностей их применения в условиях экономических реалий нашего государства.

В экономических науках применяется обширная гамма категорий и определений, отображающих влияние субъектов разнообразного значения на инвестиционные процессы. Из числа их более динамично используемыми представлены инвестиционная стратегия, управление инвестициями, регулирование инвестиций, инвестиционный менеджмент [3; 4]. Они пока что трактуются в различных ключах неоднозначно, следовательно, требуют уточнения, обусловленной систематизации и субординации.

Методической базой систематизации и упорядочения приведенного выше категориального аппарата, согласно нашему суждению, способна служить их устоявшееся толкование к наиболее широкому объекту - экономике в целом. Таким образом, наиболее обширным термином в системе категорий, означающих воздействие на финансовые объекты, представляется «управление». Оно выявляется при помощи различных структурных нюансов, таких как предметы, субъекты и функции управления. В конечном итоге управление рассматривается как система операций, включающих анализ финансовых действий, их моделирование и планирование, формирование и координацию, стимулирование, контролирование и т. д. Категория «управление» в целом применима к разнообразным уровням, однако в различных видах хозяйственных концепций доминирующие управляющие импульсы идут от различных субъектов: стран или же компаний. Применительно к инвестициям определения «управление» и «инвестиционный менеджмент» в нынешней литературе применяются в большей степени для уровня компаний и объединений, к тому же они наполнены похожим содержанием. Список источников, посвященные и тому, и иному процессу, подвергают анализу, как правило, проблемы обоснования определенных инвестиционных проектов, оценивают систему характеристик с целью анализа инвестиционных планов и технологии их расчета, операции управления инвестиционными программами, проблемы развития инвестиционного портфеля компаний, инвестиционные стратегии компаний и способы их объяснения. Данные проблемы занимают серьезный объем и в изданиях, приуроченных к управлению инвестициями в наиболее крупных объектах, к примеру, в регионах.

Категория «инвестиционная политика» применяется как наиболее многоцелевая. Она используется как к уровню компаний и учреждений, так и в макроэкономическом, региональном и отраслевом аспектах. Известные справочные издания определяют понятие инвестиционной политики широко, к примеру, как «систему граней, обуславливающих размер, структуру и направленности капитальных инвестиций, увеличение основных фондов и их развитие на основании главных достижений науки и техники» [5, с. 471]. Инвестиционная стратегия, равно как и каждая финансовая стратегия, содержит развитие концепции конкретных задач и средств их решения. Целеполагание в принципе входит и в представление «управление». О наличии инвестиционной стратегии имеет смысл говорить только лишь тогда, если установлены длительные ориентиры принятия хозяйственных выводов и сконструирован устойчивый и результативный инструмент достижения поставленных целей. В специализированной литературе финансовая стратегия, так же как и инвестиционная, зачастую подразделяется на краткосрочную и долгосрочную, в ее рамках акцентируют тактику и стратегию. Согласно оцен-

кам многочисленных специалистов, ни индустриальная, ни структурная стратегия в Российской Федерации в годы рыночных реформ в необходимом размере не велась, что и вызвало глубочайший, продолжительный трансформационный упадок экономики и консервацию ее утяжеленной структуры.

Инвестиционная стратегия страны далеко не является самоцелью. Она выступает органической долей финансовой политики страны в целом и инструментом достижения определенных целей других типов финансовых стратегий. Сказанное в одинаковой мере принадлежит как к общегосударственной инвестиционной стратегии, так и к инвестиционной политике в секторах и регионах экономики. Источник, раскрывающий данную идею по основным типам политики страны, систематизирован в таблице 1.

Таблица 1

Инвестиционная стратегия страны как инструмент достижения целей его общественно-экономической политики

| № п/п | Тип социально - экономической политики государства | Задачи инвестиционной составляющей социально экономической политики | Конкретные цели экономической политики, которые могут быть достигнуты в результате осуществления ее инвестиционной составляющей |
|-------|--|---|--|
| 1. | Политика экономического роста | Рост объема применяемого капитала, улучшение технико - экономических характеристик основного капитала | Расширенное воспроизводство, изменение качества экономического роста (переход на интенсивный путь развития, сохранение экологии) |
| 2. | Промышленная (индустриальная) | Рост объема применяемого в отраслях промышленности капитала, создание новых промышленных объектов, обновление основного капитала промышленных предприятий и повышение характеристик | Обеспечение темпов роста качества продукции промышленного производства, обеспечивающих удовлетворение потребностей общества в промышленной продукции и конкурентоспособность отрасли на мировых рынках |
| 3. | Структурная | Ускоренные темпы накопления и модернизации капитала в конкретных отраслях и сферах национального хозяйства | Гармонизация межотраслевой структуры, пропорциональность и сбалансированность национального хозяйства, преодоление диспропорций в развитии отраслей |
| 4. | Антикризисная | Сохранение объема инвестиций, обновление капитала на новой технической основе | Противодействие падению совокупного спроса и снижению занятости населения |
| 5. | Научно - техническая и инновационное развитие | Создание производственных и непроизводственных фондов в сфере НИКОР. Создание производственного аппарата для производства инновационной продукции и услуг | Инновационный путь развития, повышение эффективности и конкурентоспособности отечественного производителя |
| 6. | Социальная | Создание новых рабочих мест, модернизация функционирующих рабочих мест и повышение их безопасности, внедрение природоохранной технологии | Повышение уровня занятости населения, уменьшение вредных и опасных условий труда, улучшение защит окружающей среды |

Понятие «регулирование инвестиций» применяется реже и нередко отождествляется с инвестиционной политикой, раскрывается через ее характеристики либо сводится к правовому урегулированию. Такое сравнение встречается и в отношении регулирования экономики и финансовой политики страны.

Учебная и справочная источники позиционирует регулирование экономики как направленные процессы, обеспечивающие сохранение или изменение финансовых явлений и их взаимосвязей [5, с. 563]. Смысловые срезы понятия «регулировать» разнообразны. Большой экономический словарь акцентирует внимание на три детали регулирования:

- 1) подчиненность установленным правилам, порядку, упорядочивание;
- 2) утверждение правильного, требуемого для работы взаимодействия Компонентов единого механизма;
- 3) работа для достижения необходимых характеристик, необходимой уровня чего-либо [5, с. 563].

Правовые основные принципы инвестирования формируются государством на федеральном, областном и муниципальном уровнях администрации. Трудность инвестиционного процесса, который может быть показан как концепция, совокупность, модуль с большим количеством компонентов, выделенных согласно различным признакам, делает важным установление взаимодействия составляющих инвестиционного движения. На уровне компаний организаций регулирование инвестиционного движения сводится первоначально лишь к процедурам согласования периодов исполнения инвестиционных планов и операций их непосредственных участников. То есть на уровне компаний и учреждений регулирование инвестиций необходимо расценивать как одну из функций здоровой системы контроля инвестиций.

В обстоятельствах рыночной экономики, плюрализма имущества государственное воздействие на финансовые процессы ограничено самим типом концепции. Многофункциональная концепция управления инвестициями применима только для национальных инвестиций. Тем не менее правительство всех уровней, как свидетельствует мировая практика, в состоянии проявить воздействие на инвестиционную работу частного сектора через действия, нацеленные на увеличение инвестиционного потенциала компаний, увеличение инвестиционной привлекательности определенных сфер и регионов, формирование подходящего инвестиционного климата. Отмеченные характеристики инвестиционного процесса и обязаны выступать объектами стабилизирующего воздействия страны. Потому как эффективными, меняющими мотивацию хозяйствующих субъектов становятся в основном решения долгосрочного характера, национальное регулирование инвестиционного движения в частном секторе неминуемо наполняется содержанием и смыслом инвестиционной политики страны. На рисунке показана модель, иллюстрирующая структурно-логические взаимосвязи установленных выше категорий, и обозначающих влияние на инвестиционные действия субъектов разного уровня.

Третий аспект определения «регулировать» - действия для достижения определенных показателей и характеристик контролируемой концепции - применительно к инвестициям разработан, на наш взгляд, наиболее незначительно как в фактическом, так и теоретическом проекте. Он подразумевает присутствие ряда процедур:

во-первых, формирование системы индикаторов (характеристик), адекватно и подробно отображающих



Экономические инструменты государственного регулирования инвестиций

| № п/п | Инструменты | Направление настройки инструмента | Воздействие инструмента на рост инвестиционного | |
|-------|----------------------------------|---|---|-------------------|
| | | | Потенциала | Привлекательности |
| 1 | Система государственного бюджета | Рост инвестиционных расходов | + | |
| 2 | Налогообложение | Снижение общего уровня налогового бремени | + | + |
| | | Налоги, дифференцированные по регионам, отраслям и видам деятельности, налоговые льготы | + | + |
| | | Налоговые кредиты | + | |
| 3 | Кредитная система | Снижение процента | + | |
| | | Государственный кредит | + | |
| | | Льготный кредит | + | |
| 4 | Амортизация | Ускоренная амортизация | + | |

Анализ концепции финансовых факторов, регулирующих инвестиционную активность компаний индустриального сектора, обнаруживает еще один момент взаимодействия политики страны и финансовой политики в целом. Налоговая, кредитная и демпферная политики страны представлены инструментарием исполнения инвестиционной политики и инвестиционного регулирования. Вероятностный тип воздействия на инвестиции множества из отмеченных в таблице инструментов проистекает из их косвенной природы. Перепрофилирование в процессе рыночных реформ правительственного регулирования преимущественно на базе косвенных способов сформировала ситуацию, когда многочисленные меры воздействия на инвестиционный процесс, апробированных в Российской Федерации, не добились своей цели.

Другая причина провалов в области инвестиционной политики страны состояла, по нашему мнению, в нехватке единого, системного подхода. В частности, мероприятия, рассчитанные на повышение инвестиционного потенциала, не подкреплялись мерами по увеличению инвестиционной привлекательности объектов российской экономики и, следовательно, находились проигнорированы хозяйствующими субъектами. Подобная обстановка сформировалась в отношении налоговых кредитов на инвестиции, законного допущения ускоренной амортизации и ряда иных мер.

Имеются и иные препятствия на пути успешного использования в Российской Федерации инструментария, отлично зарекомендовавшего себя за границей. К примеру, ускоренная амортизация, как полагают некоторые специалисты, не приобрела в Российской Федерации необходимого распространения в силу устаревшего оснащения и связывания кредитов с остаточной стоимостью активов. Усиление кредитных рычагов подразумевает уменьшение прибыльных ставок и повышение доли «длинных» кредитов. Не созданы пока что достаточные механизмы для переориентации бегущего из государства капитала в отечественную экономику. Имеется и масса прочих трудностей исполнения инвестиционных процессов в Российской Федерации, требующих последующего теоретического разбора и улучшения инструментария их правительственного регулирования на основе системного подхода.

Список литературы

1. Федеральная служба государственной статистики. Инвестиции В России В 2011 г. URL: <http://www.gks.ru>.
2. Статистическое обозрение: ежеквартальный журнал ФСТС. URL: <http://www.gks.ru>. 2012. № 4.
3. Афонин В.И. Инновационный менеджмент и экономическая оценка реальных инвестиций: учеб. пособие. М.: Гардарики, 2006. 2-е изд., перераб. и доп. 301 с., под ред. В.В. Мищенко. М.: КНОРУС, 2008. 400 с.
4. Бехтерева Е.В. Управление инвестициями. 214 С. М.: ГроссМедиа: Рос. бухгалтер, 2008.
5. Большой экономический словарь / под ред. А.Н. Азрилияна. 3-е изд., стереотип. М.: Институт новой Экономики, 1999. 864 С.

© И.А. Болиева, А.Х. Камболов, 2018

УДК 338.984

**КОРРУПЦИЯ КАК ПРЕПЯТСТВИЕ ЭКОНОМИЧЕСКОМУ РАЗВИТИЮ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

Ю.В. БОЛЯЧИН

бакалавр

Д.А. ЛУШНИКОВ

бакалавр

С.Э. СИМОНЯН

бакалавр

Д.Н. СУСЛОВ

кандидат экономических наук, доцент
«Сибирский федеральный университет»
г. Красноярск

Коррупция со времен древнейших цивилизаций оказывала разлагающее влияние на все сферы жизни общества. Данное исследование направлено на рассмотрение коррупции как явления, представляющего угрозу всем отраслям экономики страны, анализ коррупционной ситуации в России и за рубежом, а также выявление и предложение мер для противодействия коррупции.

Ключевые слова: коррупция, экономика, негативные последствия, борьба с коррупцией, зарубежный опыт

В современных реалиях препятствием развитию эффективной экономической системы Российской Федерации коррупция. Серьезность ее последствий в первую очередь связано с тем фактором, что коррупция не существует только в одной сфере общества, она всеобъемлющая. Коррупция ставит под угрозу факт существования государства, является преградой повышению уровня жизни населения страны, развитию экономики, принципам гражданского общества.

Коррупционированное государство ведет к многочисленным негативным последствиям и в первую очередь следует выделить влияние на экономическую сферу: подрывается рыночная конкуренция, возникают монополистические тенденции, снижается функционирование свободной конкуренции, неэффективно распределяется бюджет государства и доходы, снижается эффективность промышленности, нерационально используются ресурсы, ухудшается качество исполняемых работ, затрудняется развитие бизнеса.

тивных актов, регулирующих данную проблему: закон о коррупции, закон о лоббизме, закон о нормотворчестве), неопределенностью официальной трактовки норм права (отсутствие понятия «коррупция») и слабым государственным аппаратом.

Коррупция непосредственно связана с теневой деятельностью, последствия от которой проявляются в различных социально-экономических аспектах, особенно отрицательно сказывается режим конкуренции, эффективность производства и условия воспроизводства рабочей силы, а также на структуру потребления, природную среду. Существуют также значимые неэкономические последствия. В конечном счете больше всего страдает население страны [5]. Именно поэтому борьба с коррупцией неэффективна без одновременной борьбы с теневой экономикой. По словам Президента института проблем безопасности В. А. Гамза: «Теневая экономика, безусловно, порождает коррупцию, а коррупция в свою очередь создает основу для расцвета теневой экономики. В этой связи проблемы изучения этих негативных социально-экономических явлений в России и выработки основ государственной политики противодействия коррупции и теневой экономике должны решаться как единая комплексная задача» [1].

Экономическую коррупцию позволяют рассмотреть такие статистические данные как индекс восприятия коррупции (The Corruption Perceptions Index, CPI), индекс эффективности управления (ВВП на душу населения, определяется в документе Мирового Банка «World Bank Aggregate Governance Indicators», валовой внутренний продукт (к числу жителей страны).

В соответствии с данными Индекса восприятия коррупции (The Corruption Perceptions Index, CPI) Россия по коррумпированности занимает 145-ю позицию из 180 стран. Данный факт говорит о недостаточно благоприятной и эффективной политике государства по борьбе с коррупцией по сравнению с другими, более «чистыми» странами, такими как Дания, Новая Зеландия, Финляндия, Швейцария, Сингапур.

Дания с 2000-х гг. начала взаимодействовать с коммерческим сектором. Под этим подразумеваются специальные соглашения в рамках экономических организаций. К примеру, организациями по борьбе являются Торговый совет Дании и Датское агентство международного развития, и при вступлении в данные организации компании должны заключить соглашения о «неприменении взяток». Также в стране применяется политика «абсолютной нетерпимости» к коррупции [2].

Сингапур принял по борьбе с коррупцией следующие меры: прозрачность действий чиновничьего аппарата, постоянный контроль за соблюдением этических норм, упрощение бюрократического аппарата. Данное государство выделяется развитым антикоррупционным законодательством. В политике Сингапура против коррупции важную роль играют средства массовой информации: передача гласности коррупционных действий, раскрытие информации о наказании и последствиях коррупционной деятельности [6].

Что касается антикоррупционной политики Российской Федерации, то наиболее интенсивные меры начали приниматься с 2012 года и включали в себя очистку руководства и санацию банковской отрасли.

На сегодняшний день к законодательной базе против борьбы с коррупцией относятся Федеральный закон №273 «О противодействии коррупции» от 10.01.2009. Однако в нем определения понятия «коррупции» напрямую указывает на недостаточную разработку нормативного акта. Также можно выделить Закон «Об антикоррупционной экспертизе нормативно-правовых актов» от 17.07.2009, Закон «О соответствии доходов и расходов государственных должностных лиц» от 3.12.2012 и др. Однако и эти нормативные акты в большинстве своем не позволяют решить проблему коррупции и, в частности, теневой экономики в отраслях народного хозяйства.

Из наиболее удачного зарубежного опыта для использования в политике России можно выделить применение принципа прозрачности действий чиновничьего аппарата, постоянный контроль, программу модернизации инвестированием в экономику, формирование нравственных норм в обществе.

Повышение качества государственного управления созданием ограниченного корпуса лояльных и высокооплачиваемых бюрократов, пресечение коррупции на местах уголовным преследованием и воспитательными методами и развитие гражданских инициатив участия населения в общественной жизни -необходимые меры для выхода из числа стран с высоким уровнем коррупции.

Таким образом, коррупция - это негативное социальное явление, на борьбу с которым необходимо разработать комплексную систему мер противодействия, а также привлечение граждан и проведение разъяснительной работы с обществом. В частности, можно выделить следующие меры по борьбе с коррупционной деятельностью:

- Внесение в действующее уголовное законодательство определение понятия «коррупция».
- Усиление законодательной базы по контролю и наказанию за коррупционную деятельность
- Рассмотрение закона о лоббировании, обеспечивающий прозрачность в

**КРОСС-КУЛЬТУРНЫЕ ФИНАНСОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ:
УЧЕТНО-АНАЛИТИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ**

Л.В. БОРИСОВА

доктор технических наук, профессор
заведующая кафедрой «Менеджмент и бизнес-технологии»

А.Е. САФРОНОВ

доктор экономических наук, доцент,
профессор кафедры «Менеджмент и бизнес-технологии»

Э.Р. ГЕРАЦЕНКО

магистрант
«Донской государственной технической университет»
г. Ростов-на-Дону

В статье рассматриваются следующие ключевые моменты: проблема согласования и сопоставимости информации о деятельности хозяйствующих субъектов, функционирующих в кросс-культурных социально-экономических условиях; представление языка учета, отчетности и финансовых коммуникаций на основе формальной грамматики; ситуационно-матричное моделирование хозяйственных операций и производственно-финансовых взаимоотношений на основе балансовой симметрии активов и обязательств; согласование учетно-аналитической информации на основе формализованных моделей; современные технологии представления и обмена учетно-аналитической информацией; применение методологии формализованного моделирования для сопоставимости классических (процентных) и партнерских (долевых) финансовых взаимоотношений.

Ключевые слова: кросс-культурные коммуникации, хозяйственные операции, учетно-аналитическая информация, финансовые взаимоотношения.

В современном мире вопрос о совершенствовании бухгалтерского учета, а именно учетно-аналитического обеспечения в рамках развития взаимодействия международных и российских хозяйствующих субъектов, которые осуществляют свою деятельность в рамках различных культурно-экономических условиях становится актуальным и своевременным. Особенно в рамках цифровой экономики, перевод учетно-аналитической информации, которая отражает результаты деятельности взаимодействующих хозяйственных субъектов, их финансовое состояние, имеет существенные различия. Все это продиктовано следующими основными факторами: культурными, историческими, социальными, нормативно-правовыми и др. Таким образом возникает главная проблема - координирование, увязка и согласование данной информации о деятельности хозяйствующих субъектов, функционирующих в различных культурно-экономических условиях, что несомненно является важным компонентом учетно-аналитического обеспечения производственно-финансовой деятельности организаций.

Данную задачу, стоящую перед хозяйствующими субъектами можно рассматривать как:

Во-первых, хозяйствующие субъекты функционируют в различных социально-экономических условиях.

Во-вторых, все возникающие между ними различия продиктованы основными факторами, рассмотренными выше, а именно традициями ведения бухгалтерского и управленческого учета, отличием нормативно-правовой базы, разным представлением об опе-

Совершенствование методологии финансовых коммуникаций на основе формализованного представления учетно-аналитической информации соответствует современным тенденциям развития экономики в направлении «цифровых» технологий взаимодействия хозяйствующих субъектов. Для этого необходимо изменение стандартов представления информации и процедур взаимодействия хозяйствующих субъектов, что несомненно приведет к изменению учетно-аналитического обеспечения экономических процессов.

Таким образом, формализованный способ представления информации о хозяйственной деятельности и взаимоотношениях экономических субъектов, функционирующих в различных социальных условиях, позволяет создать учетно-аналитическую систему, обеспечивающую кросс-культурные финансовые коммуникации на основе объективных суждений и заключений, сформулированных из аксиом путем правил вывода (методом исчислений). Такое выражение хозяйственных операций может повысить, с одной стороны, прозрачность интеграционных процессов, с другой - эффективность совместной деятельности хозяйствующих субъектов в глобальном экономическом пространстве.

Список литературы

1. Соколов Я. В. Бухгалтерский учёт - веселая наука. Сборник статей. - М.: ООО «1С-Пабблишинг», 2011. - 638 с
2. Финансовая академия при Правительстве Российской Федерации: история и современность. Колл. авт. / под общ. ред. ректора Финансовой академии М.А. Эскиндарова. - М.: Финансы и статистика, 2009. - 448 с.
3. Кольвах О.И., Копытин В.Ю., Перфильев Ю.Ю. Международные стандарты учета и отчетности: математическое обоснование и информационно-технологическое обеспечение// Успехи современного естествознания. 2004. № 3. С. 115-117
4. Высотская А.Б. Влияние глобализации на национальные учетные системы развивающихся стран в условиях информационной экономики // Terra eonomicus. 2014. Т. 12. №2. С109-116

© Л.В. Борисова, А.Е. Сафронов, Э.Р. Геращенко, 2018

УДК 338.31

АНАЛИЗ ВНУТРЕННИХ ФАКТОРОВ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРОМЫШЛЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

Т.А. БУРКИНА

Филиал ФГБОУ ВО «Самарский государственный
технический университет» в г. Сызрани
г. Сызрань

В статье определены группы внутренних факторов, влияющих на конкурентоспособность промышленного предприятия, и проанализирована каждая из этих групп.

Ключевые слова: конкуренция, конкурентоспособность, промышленное предприятие, факторы конкурентоспособности.

Одной из актуальных проблем предприятия в современных условиях является повышение его конкурентоспособности. Такую задачу ставит перед собой руководство любой компании в независимости от отрасли, в которой оно работает. И первым шагом на пути решения данной задачи является оценка конкурентоспособности предприятия. Подобную

оценку необходимо осуществлять не просто на текущий период, но учитывать все факторы, которые могут повлиять в долгосрочной перспективе.

Все факторы, влияющие на конкурентоспособность промышленного предприятия, можно разделить на внешние и внутренние. Внешние факторы - это факторы, на которые предприятие практически не может оказывать влияния, но которые оно должно учитывать при анализе своей конкурентоспособности. Внутренние факторы - это те факторы, на которые предприятие может повлиять.

Так как именно внутренние факторы определяются руководством предприятия и именно они дают реальную возможность влиять на конкурентоспособность предприятия рассмотрим их подробнее.

Факторы внутренней конкуренции достаточно четко были описаны М.Портером [1,2]. Возьмем их за основу и сформируем группы внутренних факторов конкурентоспособности предприятия:

- людские ресурсы;
- техническая оснащенность;
- обслуживание и сервис;
- инфраструктура предприятия;
- маркетинг и продажа.

Необходимо отметить, что особое значение в настоящее время приобретает инновационная составляющая факторов.

Рассмотрим каждую группу подробнее.

В современной экономике людские ресурсы являются главным ресурсом предприятия, именно от них зависят производственные и финансовые показатели. Академик Л.Абалкин говорил: «Глобальные изменения, которые происходили и происходят в мире, состоят в том, что сейчас главным фактором общественного развития становится не НТП и многое другое, а качество человека. Все остальное... вторично по отношению к этому фактору» [3]. При оценке людских ресурсов необходимо учитывать квалификацию, опыт работы, потенциал работника, желание работать, готовность к совершенствованию своих навыков, способность к инновационной деятельности, уровень претензий по оплате труда, приверженность компании.

Но эффективность работы любого сотрудника в организации лишь на половину зависит от него самого, вторая половина - это ответственность руководителя. Руководство должно выстроить эффективную систему менеджмента в своей компании. Оценивая данную группу факторов надо принимать во внимание личностные качества руководителей, их организаторские способности, способность к стратегическому мышлению, умение адаптироваться к быстроменяющейся внешней среде, навыки подбора персонала. Так же необходимо четко определить насколько в организации развита система учета и контроля деятельности сотрудников, и система мотивации.

При оценке конкурентоспособности предприятия нельзя не остановиться на технической оснащенности. В связи с постоянным прогрессом в науке и технике на предприятии требуется регулярное техническое переоснащение. Промышленное предприятие, которое будет внедрять последние достижения электротехники и электроники, сможет добиться высокого качества своей продукции и оставить далеко позади своих конкурентов. Дополнительные конкурентные преимущества дает предприятию обладание уникальными технологиями, или так называемыми ноу-хау. Но для того чтобы не просто уверенно чувствовать себя на рынке, но и сохранить свои позиции в будущем, предприятию мало просто иметь и эффективно использовать свои технологии, необходимо добиться их защиты патентами и лицензиями.

Конечно говоря о конкурентоспособности промышленного предприятия, нельзя не остановиться на обслуживании и сервисе. Сегодня уже не достаточно просто продать свой товар. Для потребителя очень часто решающее значение играет не цена и спецификация, а после-продажное обслуживание и сервисные услуги. Поэтому очень важным фактором в конкурентной борьбе является наличие эффективно действующей системы сервисных компаний.

Следующей группой факторов, от которой непосредственно зависит конкурентоспособность предприятия, является его инфраструктура. Здесь необходимо проанализировать производственную составляющую, а именно, инструментальное, ремонтное, транспортное, складское, энергетическое хозяйство, службу материально-технического снабжения и сбыта. Немаловажной является и оценка информационного и юридического обеспечения. Сюда же можно отнести объем средств для инвестирования в технические активы.

И наконец, особое внимание при оценке конкурентоспособности необходимо уделить маркетингу и продажам. Здесь необходимо учесть востребованность продукции на рынке, стоимость продукции, близость предприятия к потребителю, способы и инструменты продвижения продукции, распределение и продажа продукции.

Данная группа факторов не является всеобъемлющей. Так модель М.Портера не затрагивает конкурентоспособность товара, хотя очевидно, что этот фактор нельзя не учитывать при анализе общей конкурентоспособности предприятия. Поэтому конкурентоспособность товара, а также оценка степени влияния каждого конкретного фактора на общую конкурентоспособность является направлением дальнейшего исследования.

Список литературы

1. Портер М. Международная конкуренция. - Пер. с англ. / Под ред. В.Д. Щетинина. - М.: Международные отношения, 2008-437с.
2. Портер М. Конкурентное преимущество: как достичь высокого результата и обеспечить его устойчивость; пер. с англ. М.: Альпина Бизнес Букс, 2006. - 715 с.
3. Абалкин Л.И. Смена тысячелетий и социальные альтернативы // Вопросы экономики, № 7, 2000, с.24-40

© Т.А. Буркина, 2018

УДК 338

МЕТОДИКИ АНАЛИЗА СИСТЕМЫ БЮДЖЕТИРОВАНИЯ КАК ЧАСТЬ ТЕХНОЛОГИИ БЮДЖЕТНОГО УПРАВЛЕНИЯ КОМПАНИЕЙ

О.А. БУРКОВА

магистрант

«ФГБОУ ВО Липецкий государственный технический университет»

г. Липецк

В статье рассматривается технология бюджетного управления компанией. Особое внимание уделяется существующим методическим подходам к осуществлению бюджетирования на предприятиях. Производится сравнение методик анализа систем бюджетирования.

Ключевые слова: управленческий контроль, традиционное бюджетирование, АВВ-бюджетирование, АВС-бюджетирование, DBB -бюджетирование.

Современный мир производства достаточно быстро меняется, опираясь в нем на управление с помощью традиционного бюджетирования, получить желаемый результат

не всегда возможно. Главный фактор, почему так получается, состоит в том, что с самого начала функция бюджетов состояла в направлении внимания руководства на обеспечение сохранности акционерных средств и обеспечении внимания менеджеров к контролю затрат. Спустя время бюджеты стали применять для «управления посредством цифр». В основном принято применять две методики бюджетирования: бюджетирование, основанное на финансовой структуризации – бюджетирование по ЦФО, и бюджетирование, основанное на выделении бизнес-процессов – АBB-бюджетирование.

Потребность продолжать быть конкурентоспособным явилась причиной создания и введения методики бюджетирования, оценивающей эффективность всех процессов предприятия – Activity based budgeting (ABB). АBB следует воспринимать как последующий за внедрением Activity based costing (ABC) этап. В процессе внедрения АBB следует использовать специализированное программное обеспечение, которое как делает возможным значительно снизить трудоемкость данного процесса, так и может увеличить податливость использования системы при существовании стабильного появления изменений. На данный момент бытует мнение, что эффективное бюджетирование должно базироваться на методике планирования затрат, использование которой не сможет поменять логику работы конкретно самих подразделений. Данным требованиям соответствует DBB-метод (driver-based budgeting), базирующийся на определении системы драйверов.

Традиционные системы бюджетирования не уменьшают временные затраты на обработку информации. Между тем, работникам приходится пользоваться таблицами Excel, в которых они сформировывают данные для собственной необходимости. Данная информация часто бывает недоступной для руководства предприятия и руководителей ЦФО. Методика DBB выделяет определение причинно-следственной связи между драйверами и конечными объектами управленческого учета и на правилах, используемых менеджерами и бухгалтерами-аналитиками в ходе построения модели плановых затрат в разрезе статей. Одновременно, не подразумевается осуществление трудоемкого анализа. Данные, которые формируются в таблицах Excel, можно использовать для помощи при внедрении продвинутого бюджетирования с использованием системы драйверов.

Как отмечают в своей работе Левушкина Н. В. и Макарова Л. М., «виды драйверов в DBB: количественное измерение спроса (объемы продаж, количество потребителей), цена продукта (средние цены продаж продуктов и сервиса), время и производительность (время циклов, количество операций, действий на одного человека) и прочие (процент операций, действий, который дал положительный результат)» [2].

Бюджетирование, базирующееся на системе драйверов может уменьшить временные затраты при сотрудничестве ЦФО и руководства предприятия, также оно может уменьшить количество сверхурочных часов, что приведет к снижению реальных затрат. Все положительные аспекты ABC - ориентированных систем остаются. Как следствие, DBB-метод представляет собой более простую вариацию АBB-метода [3, с.57]. Получается, имеют место быть несколько значимых подходов к реализации бюджетирования на предприятиях. Рассмотрим сравнительную характеристику традиционного бюджетирования, activity based budgeting и driver-based budgeting. Достоинства: 1) Традиционное бюджетирование положительно влияет на мотивацию и настрой работников, делает возможным координацию работы предприятия в общем, а также позволяет вовремя корректировать бюджет. На основе опыта разработки бюджетов предыдущих периодов делает возможным совершенствование. Улучшает рассредоточение ресурсов и благоприятно влияет на коммуникационные процессы. А также способствует осознанию своей роли на

предприятия менеджерами нижнего звена. Выступает в качестве инструмента сравнения фактических и целевых результатов [1, с. 74]. 2) Activity based budgeting способствует созданию бюджета опираясь на серьезный анализ причинно-следственных связей образования стоимости продукции на предприятии. Назначает плановое значение эффективности всех процессов, представляемое себестоимостью результативной единицы процесса - драйвера процесса. Делает возможным обратить взгляд на предприятие «изнутри» и выявить, по какой причине появляются издержки, где «узкие» места и которые из процессов являются самыми неэффективными. Способствует выявлению притаившихся в «недозагруженности» ресурсов резервов, и явно «перегруженных» процессами ресурсов и, возможно, плохо их выполняющих [2, с. 255]. 3) В Driver-based budgeting отсутствует четкая последовательность процесса планирования. Принято применять драйверы, которые могут быть легко рассчитаны на практике или непосредственно в подразделении. Управленческие отчеты составляются чаще, уровень детализации становится ниже, охватывается больше пользующихся информацией, создаваемой DBB, работников. Более дешевое обеспечение работы системы при высокой точности планирования [3, с.58].

Недостатки:

1) В традиционном бюджетировании значительное место занимают не результаты, а затраты. Не способствует оптимизации стоимости за счет оказываемых услуг, удовлетворении потребности покупателей, произведенной продукции. Характерные признаки продукции и потребителей, вызывающие отклонения планируемых показателей от фактических, не рассматриваются. Нет контроля затрат на этапе увеличения масштабов хозяйственной деятельности. Потери выявляются частично; предполагает растянутый по времени цикл планирования. Процесса формирования бюджета трудозатратен и присутствуют проблемы объединения бюджета в одно целое и контроля за его исполнением. К оперативным данным нет доступа, а также возможность анализа «план-факт» отсутствует [2, с. 256]. 2) Activity based budgeting основана на ABC-модели, что обуславливает значительные трудозатраты на работу. Имеет место быть четкая последовательность процесса планирования: затраты подразделения - драйверы ресурсов - виды деятельности - драйверы видов деятельности - конечные объекты бюджетирования затрат (продукты, потребители). Детальное разбиение, декомпозиция и разложение затрат и значительные траты на обеспечение работы системы [3, с.59]. 3) Driver-based budgeting обладает малым уровнем изученности. Опыт апробации слишком мал. И существует сложность внедрения на практике. Осуществление технологий бюджетирования подразумевает, что традиционные технологии разработки и исполнения бюджетов на предприятии и система принятия управленческих решений, которая построена на их данных, с течением времени будет расширена и усовершенствована, а также дополнена новыми элементами.

Список литературы

1. Керимов В. Э. Бюджетирование и внутрихозяйственный контроль в торговле: Учебное пособие / В. Э. Керимов, Д. С. Аболенский, П. В. Селиванов / под ред. В. Э. Керимова. - М.: Эксмо, 2006. - 224 с.
2. Левушкина Н. В., Макарова Л. М. Сравнительная характеристика методик бюджетирования деятельности предприятий // Молодой ученый. - 2013. - №4. - С. 253-257. - URL: <https://moluch.ru/archive/51/6550/> (дата обращения: 20.11.2018).
3. Соколов А. Ю. Концептуальная модель продвинутого бюджетирования на основе принципов системы DBB [Текст] / А. Ю. Соколов // Вестник КГФЭИ. - 2011. - № 3. С. 56-60.

© О.А. Буркова, 2018

ЭФФЕКТИВНОСТЬ ФИНАНСОВОЙ ПОДДЕРЖКИ «ФОНДОМ КИНО» ОТЕЧЕСТВЕННЫХ ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ

Е.С. ВОРОНОВА

студент

Научный руководитель

Г.Г. ЦИДЕНКОВ

кандидат социологических наук

«Самарский государственный социально-педагогический университет»

г. Самара

В статье дана характеристика эффективности субсидирования «Фондом кино» отечественных производителей. Представлен анализ зависимости успешности кинокартин от финансовой поддержки «Фонда кино».

Ключевые слова: финансирование кинопроизводства, «Фонд кино», эффективность финансирования, отечественная киноиндустрия

Из всех видов искусства кино занимает уникальное место в современном мире. Кинематограф в качестве социального института оказывает значительное влияние на формирование сознания зрителя. В свою очередь, последний требует от кинематографии совершенствования качества, новизны, нестандартных подходов при создании картин. В настоящее время крупнейшей в мире является киноиндустрия США. Главными преимуществами США выступают накопленный опыт в экспертизе отбора фильмов, развитая кинопроизводственная инфраструктура, а также большое количество кинозвезд мировой величины [3].

РФ также стремится развивать и популяризировать свой кинематограф. В стране происходит постепенное возрождение отрасли, которая оказалась в запустении после распада СССР [3]. Немаловажную роль в этом играют стимулирующие меры, в том числе субсидирование со стороны государства, которое мы и будем рассматривать в данной статье. В частности, выделение государственных субсидий из Федерального фонда социальной экономической поддержки отечественной кинематографии («Фонд кино»).

«Фонд кино» осуществляет финансирование коммерческих игровых и анимационных картин, которые производят независимые продюсеры и лидеры отечественного кинопроизводства, отбор которых реализуется ежегодно по установленной системе критериев, включающей в себя зрительскую оценку и художественную ценность снятых кинокартин, а также опыт работы компании [2].

Финансирование осуществляется как на возвратной, так и на безвозвратной основе. Так, например, 2016-й год был объявлен Годом российского кино, и в честь этого все субсидии кинопроизводителям из федерального бюджета были объявлены невозвратными (это правило не коснулось собственных средств «Фонда кино», которые он получает в виде возвратов ранее выданных продюсерам денег). Исполнительный директор «Фонда Кино» Антон Малышев отметил, что: «эффективнее либо выделять полностью безвозвратные деньги, либо финансировать фильмы на условиях 100% возврата выделенных средств». При этом возвращенные средства рефинансируются в отрасль [2].

В последние годы объемы кинопроизводства в России идут по возрастающему тренду (несмотря на сокращение числа фильмов на экранах в 2017-м) и составляют порядка 140-150

картин в год. В то же время государственную поддержку в большем объеме получает все меньше лент, вышедших в прокат: если в 2015-2016 годах их было больше 70, то в 2017-м - лишь 52. Пока самые активные кинокомпании - из числа лидеров отечественного кинопроизводства (от 7 до 10 фильмов в год), которые ежегодно определяются «Фондом кино» по ряду критериев и в настоящее время имеют возможность получать поддержку со стороны Фонда в первую очередь. При этом многие из них достигают своего положения благодаря малому числу картин: десять из пятнадцати компаний, хотя бы раз входивших в число лидеров отечественного производства, собирают более 50% своей совокупной зрительской аудитории на одном фильме. Таким образом, государственная поддержка оказывается не диверсифицированной, и доля посещений отечественного кино в прокате, достигшая 24% в 2017 году, является неустойчивым показателем; сам же механизм отбора лидеров (на основе коммерческого успеха прошлых фильмов) препятствует их ротации [1].

Эффективность государственного финансирования сферы кинематографии сложно оценить напрямую, поскольку финансирование кинопроизводства характеризуется высокими рисками, так как затраты на производство должны быть понесены в относительно короткий срок, а доходы могут растянуться на 5-10 или больше лет, к тому же размер доходов трудно спрогнозировать.

Согласно данным, представленным в публикации «Ключевые тренды российского кино» за сентябрь 2018 года, в период с 2013 по 2017 годы в топ 10 фильмов по числу кассовых сборов в РФ и странах СНГ были включены следующие отечественные картины: «Сталинград», «Легенда №17», «Горько!» (2013); «Вий» (2014), «Три богатыря: Ход конем» (2015), Экипаж (2016); «Последний богатырь» и «Викинг» (2017).

Для анализа влияния поддержки «Фондом кино» вышеперечисленных кинокартин обратимся к таблице 1.

Таблица 1

Сводные данные отечественных фильмов, вошедших в топ-10 по кассовым сборам за 2013-2017 гг.

| Название фильма | Бюджет (млн руб.) | Поддержка Фонда кино (млн руб.) | Кассовые сборы (млн руб.) |
|-------------------------|-------------------|---------------------------------|---------------------------|
| Сталинград | 990 | 33 | 1700 |
| Легенда №17 | 400 | 55 | 923 |
| Горько! | 48,2 | 42,9 | 811,1 |
| Вий | 678,8 | 41 | 1 200,3 |
| Три богатыря: Ход конем | 196 | 55 | 924,8 |
| Экипаж | 650 | 260 | 1428,1 |
| Последний богатырь | 370 | 100 | 1671,9 |
| Викинг | 1250 | 232 | 1517 |

В процентном соотношении самую большую поддержку получил фильм «Горько!» (2013 г.), вложения были на условиях полного возврата. Картина окупил бюджет на $\approx 1683\%$. Следующие по окупаемости картины: «Три богатыря: Ход конем» (2015 г.) - $\approx 472\%$ и «Последний богатырь» (2017 г.) - $\approx 452\%$. Два этих фильма получили поддержку от «Фонда кино» по 28% и 27% в бюджет соответственно. Еще один успешный фильм 2017 года, «Викинг», окупился на $\approx 121\%$, высокая посещаемость которого оправдала большой бюджет, вклад «Фонда кино» в который составил всего $\approx 19\%$. Таким образом, мы наблюдаем слабую зависимость успешности кинокартин от поддержки «Фонда кино».

С целью анализа вложений «Фонда кино» мы предлагаем оценить правильность выбора лидеров отечественной киноиндустрии на основе демонстрации итоговых эконо-

мических результатов деятельности данных кинокомпаний. Результаты реализации кинопроектов ключевых кинопроизводителей отражаются в таблице 2 в виде кассовых сборов вышедших в прокат фильмов данных кинокомпаний за 2013-2017 годы. Студии ранжированы по посещаемости их картин.

Таблица 2

Рейтинг ключевых отечественных кинокомпаний по посещаемости фильмов

| Место | Студия | Всего релизов за 5 лет | Посещения (тыс) | Кассовые сборы (млн) | Посещений на фильм (тыс) | Доля фильмов, снятых при поддержке Фонда кино |
|-------|-----------------------------------|------------------------|-----------------|----------------------|--------------------------|---|
| 1 | ТаББаК (Базелевс) | 18 | 30 739,1 | 7324,6 | 1707,7 | 94% |
| 2 | Кинокомпания «СТВ» | 25 | 27 300,4 | 6132,1 | 1092 | 76% |
| 3 | Студия «ТРИТЭ» Никиты Михалкова | 6 | 23 353,1 | 5764,7 | 3892,2 | 100% |
| 4 | Арт Пикчерс студия | 17 | 19 618,8 | 4963 | 1154 | 82% |
| 5 | Анимационная студия Мельница | 8 | 19 481,7 | 4319,3 | 2435,2 | 100% |
| 6 | ВБД Групп (Yellow, Black & White) | 11 | 17 789,6 | 4134,4 | 1617,2 | 91% |
| 7 | Энджой мувиз | 27 | 16 588 | 3870,5 | 614,4 | 67% |
| 8 | Нон-стоп продакшн | 8 | 9665,5 | 2560,2 | 1208,2 | 63% |
| 9 | Дирекция кино | 2 | 6674,4 | 1714,2 | 3337,2 | 50% |
| 10 | Централ Партнершип | 7 | 4714,2 | 1078 | 673,5 | 71% |

Если рассматривать в целом по посещениям картин разных студий, то наиболее успешной за рассматриваемый период была студия Тимура Бекмамбетова - картины ТаББаК («Базелевс»), несмотря на то, что релизов у нее было меньше, чем у Кинокомпания «СТВ». Замыкает тройку лидеров Студия «ТРИТЭ» Никиты Михалкова, которая по посещениям на фильм опережает ТаББаК и все остальные, представленные в таблице студии, в то время как релизов у нее было всего 6. Аналогично нельзя не упомянуть студию «Дирекция кино», 2 картины которой имели значительный успех среди аудитории. Заметим, что поддержки от «Фонда кино» «Дирекция кино» получила вполнину меньше.

Обобщая вышеизложенное, мы можем заключить, что поддержка «Фонда кино» не является гарантией экономического успеха в кинопроизводстве на современном этапе его развития. Это связано и с тем, что качество и популярность российского кинематографа в основном ставятся в зависимость от экономических показателей кинопроката, и, следовательно, с тем, что предпочтение в поддержке отдается киностудиям-лидерам, приводящее к снижению конкуренции.

Помимо всего прочего, кинематограф - это не только направление современного искусства и прибыльный сегмент национальной экономики, но и целый социальный институт. Он способен существенно влиять на жизнь общества, формируя сознание зрительской аудитории. Развитие собственной киноиндустрии в эпоху глобализации также является обязательным условием для сохранения национальной самобытности. Иллюстрацией этого факта выступают удачные релизы следующих фильмов: «Последний богатырь», «Три богатыря: Ход конем», патриотичный «Сталинград». Таким образом, мы видим, что картины, непосредственно связанные с историей и культурой нашей страны, находят отклик в сердцах российских зрителей.

Список литературы

1. Березин О., Кузьмичев П., Леонтьева К. Ключевые тренды российского кино // Европейская аудиовизуальная обсерватория 2018 с. 3, 14, 15, 35, 36. Электронный доступ: <https://rm.coe.int/ru-2018-key-trends-of-russian-cinema-rus/16808d7211> (Дата посещения: 02.12.2018 г.).
2. Колобова Е.Ю. Система государственной поддержки кинематографии как условие развития рыночной среды кинозрелищных услуг // Петербургский экономический журнал 2017 №3 с. 142 Электронный доступ: <https://elibrary.ru/item.asp?id=30095285>. (Дата посещения: 02.12.2018 г.).
3. Седых И.А. Киноиндустрия России // Национальный исследовательский университет. Высшая школа экономики 2017 с. 2 Электронный доступ: <https://dcenter.hse.ru/data/2017/10/22/1157813495/%D0%9A%D0%B8%D0%BD%D0%BE%D0%B8%D0%BD%D0%B4%D1%83%D1%81%D1%82%D1%80%D0%B8%D1%8F%20%D0%A0%D0%BE%D1%81%D1%81%D0%B8%D0%B8%202017.pdf>. (Дата посещения: 02.12.2018 г.).
4. Официальный сайт «Фонда кино». Электронный доступ: <http://www.fond-kino.ru/>. (Дата посещения: 02.12.2018 г.).

© Е.С. Воронова, 2018

УДК 338

**ВЫБОР ОПТИМАЛЬНОЙ МЕТОДИКИ АНАЛИЗА
ДЕБИТОРСКОЙ ЗАДОЛЖЕННОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ**

А.А. ГАЛАХОВА

студент

«Волгоградский институт управления - филиал РАНХиГС»

г. Волгоград

В статье рассмотрены значимость и необходимость выбора оптимальной методики анализа дебиторской задолженности предприятия, с целью контроля допустимого размера ее образования. Предлагается перечень необходимых коэффициентов для проведения анализа, позволяющих учесть все аспекты деятельности и связанные с возникновением дебиторской задолженности.

Ключевые слова: дебиторская задолженность, коэффициент оборачиваемости, коэффициент погашаемости, норматив, оптимальный размер

Дебиторская задолженность предприятия является одним из самых рискованных видов активов предприятия, превышение ее предельных размеров может привести предприятие к состоянию платежного дефицита, что может повлечь ухудшение финансового состояния предприятия в целом. Предприятиям необходимо использовать современные и действенные методики анализа и оценки дебиторской задолженности, включающим дифференциацию дебиторской задолженности по критериям значимости, рассчитывать допустимый размер образования дебиторской задолженности. Кроме того, применяемые предприятием методики должны включать мероприятия, направленные на рефинансирование дебиторской задолженности, оптимизацию работы по возврату дебиторской задолженности. Необходимо проводить регулярный мониторинг дебиторской задолженности по видам продукции, объему задолженности, срокам погашения.

Методики обязательно должны содержать коэффициенты оборачиваемости, которые рассчитываются по следующим формулам:

- коэффициент оборачиваемости дебиторской задолженности:

$$K_{\text{обз}} = \frac{\text{Выручка от реализации}}{\text{Среднюю величину дебиторской задолженности}} \quad (1)$$

Коэффициент оборачиваемости дебиторской задолженности показывает сколько раз в среднем за год дебиторская задолженность превращалась в деньги. Если показатель высокий, то это означает улучшение дисциплины контрагентов, то есть они своевременно погашают задолженность перед организацией, а также может означать сокращение продаж с отсрочкой платежа. На динамику данного показателя во многом оказывает влияние кредитная политика, проводимая организацией, и организованная система контроля, обеспечивающая своевременность поступления оплаты.

Данный коэффициент необходимо оценивать в совокупности, а не по отдельности. Наиболее благоприятной для организации ситуацией является ситуация, когда коэффициент оборачиваемости дебиторской задолженности выше, чем коэффициент оборачиваемости кредиторской задолженности.

Современные методики анализа дебиторской задолженности должны включать в себя следующие этапы:

1. Определение состава, структуры и динамики каждой статьи дебиторской задолженности - это необходимо с целью выявления наиболее уязвимых статей дебиторской задолженности, которые могут повлиять на ее конечную величину;

2. Далее для определения реальной стоимости дебиторской задолженности необходимо анализировать ее состояние и оборачиваемость - с этой целью рассчитывается оптимальный срок сокращения оборачиваемости дебиторской задолженности для конкретного предприятия. Расчет данного показателя может показать в каком случае период нахождения средств в обороте будет сокращен. Это в свою очередь является основой выработки мер по ускорению расчетов с покупателями;

3. Важным этапом анализа дебиторской задолженности является контроль своевременности ее погашения. Для этого необходимо использовать коэффициент погашаемости дебиторской задолженности. Прогнозное значение этого показателя одновременно является и пороговым. Если расчетное значение показателя больше его прогнозного значения, то значит, у организации существуют проблемы с дебиторами [1]. Данный коэффициент рассчитывается при помощи разложения дебиторской задолженности на конкретные сроки ее образования. Это делается по следующей формуле:

$$ДЗ = ДЗ_t + ДЗ_{t-1} + ДЗ_{t-2} + \dots + ДЗ_{t-n} \quad (2)$$

где $ДЗ_t$ - величина задолженности, возникшей в период t

$ДЗ_{t-1}$ - величина задолженности, возникшей в период $(t-1)$;

$ДЗ_{t-n}$ - величина задолженности, возникшей в наиболее ранний период.

Далее коэффициенты могут быть представлены следующим отношением:

$$K_t = ДЗ_t / В_t; K_{t-1} = ДЗ_{t-1} / В_{t-1}; \dots K_{t-n} = ДЗ_{t-n} / В_{t-n} \quad (3)$$

где $В_t; В_{t-1}; В_{t-n}$ - выручка от реализации соответствующих периодов.

4. С целью контроля роста дебиторской задолженности и оценке возможного объема дебиторской задолженности необходимо в методике рассчитывать ее предельную величину. Определение возможной суммы оборотного капитала, инвестируемого в дебиторскую задолженность, осуществляется по следующей формуле:

$$И_{\text{дз}} = (V_k * K_{\text{с/ц}} * (t_{\text{кр}} + t_{\text{пр}})) / t \quad (4)$$

Данная формула не позволяет учитывать влияние дебиторской задолженности на финансовую устойчивость предприятия. Следует отметить, что величину дебиторской задолженности необходимо увязывать с ликвидностью предприятия и операционным

цикл. С этой точки зрения дебиторскую задолженность необходимо соотносить с величиной кредиторской задолженности.

Оптимальный размер текущей дебиторской задолженности при нормальном финансовом состоянии предприятия рассчитывается:

$$ДЗ_{\text{опт}} \rightarrow П_{\text{доп}} \geq \quad ; + ДЗ_{\text{пот}} \quad (5)$$

где $П_{\text{доп}}$ - дополнительная операционная потребность от увеличения объема продажи продукции в кредит;

$\quad ;$ - дополнительные операционные затраты предприятия по обслуживанию текущей задолженности;

$ДЗ_{\text{пот}}$ - размер потерь денежных ресурсов, инвестированных в текущую дебиторскую задолженность из-за недобросовестности покупателей.

Норматив дебиторской задолженности целесообразно соотносить с коэффициентом быстрой ликвидности, который является промежуточным коэффициентом покрытия и показывает, какую часть можно погасить текущими активами за минусом запасов. Коэффициент быстрой ликвидности характеризует ту часть текущих обязательств, которая может быть погашена не только за счет денежных средств, но и за счет ожидаемых денежных средств в счет отгруженной продукции.

В связи с этим норматив дебиторской задолженности с учетом коэффициента быстрой ликвидности определяется следующим образом:

$$K_{\text{бл}} = (ДС + ДЗ_{\text{в}} + ДЗ_{\text{ср.}} + ДЗ_{\text{н}}) / (КП) \quad (6)$$

где ДС - денежные средства;

$ДЗ_{\text{в}}$ - высоколиквидная дебиторская задолженность;

$ДЗ_{\text{ср}}$ - среднеликвидная дебиторская задолженность;

$ДЗ_{\text{н}}$ - низколиквидная дебиторская задолженность.

КП - краткосрочные пассивы.

Норматив дебиторской задолженности в зависимости от длительности операционного цикла складывается из времени обращения запасов и времени обращения дебиторской задолженности.

$$D_{\text{оц}} = D_{\text{пп}} + D_{\text{дз}} \quad (7)$$

$$D_{\text{пп}} = (O_{\text{ср}} * t) / S \quad (8)$$

где $D_{\text{пп}}$ - время обращения запасов

$D_{\text{дз}}$ - время обращения дебиторской задолженности

$O_{\text{ср}}$ - средняя величина стоимости оборотных средств в производственном цикле за период, тыс. руб.

t - продолжительность анализируемого периода, в днях

S - полная себестоимость, тыс. руб.

$$D_{\text{дз}} = (B * t) / ДЗ_{\text{ср}} \quad (9)$$

где $ДЗ_{\text{ср}}$ - средняя величина дебиторской задолженности за период, тыс. руб.

B - выручка от реализации продукции, тыс. руб.

$$ДЗ_{\text{ср}} = (B * t) / D_{\text{оц}} - (B * S) / O_{\text{ср}} \quad (10)$$

По данной формуле предприятие может рассчитывать максимально допустимый размер дебиторской задолженности. При этом за продолжительность операционного цикла необходимо принимать оборачиваемость оборотных средств в днях, стоимость запасов определять с учетом оптимального размера заказа, полную стоимость как себе-

стоимость в базовом периоде, увеличенную на индекс цен. Кредитная политика предприятия должна строиться с учетом результатов данного анализа.

Применяя данную методику, предприятие может рассчитывать на выявление направлений повышения эффективности производства, своевременность и полноту расчетов. В результате это будет способствовать подбору дисциплинированных контрагентов, исключению некредитоспособных предприятий из числа контрагентов.

Помимо проведения анализа дебиторской задолженности необходимо гибко подходить к выбору кредитной политики, учитывать степень надежности контрагента, использовать классификации дебиторской задолженности, осуществлять регулярный мониторинг и контроль дебиторской задолженности.

Список литературы

1. Лукаш, Ю.А. Анализ финансовой устойчивости коммерческой организации и пути ее повышения : учебное пособие / Ю.А. Лукаш. - 2-е изд., стер. - Москва : Издательство «Флинта», 2017. - 280 с. - ISBN 978-5-9765-1368-6 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114952>.
2. Шурманов Н. Контроль дебиторской задолженности. [Электронный ресурс]// Управляем предприятием - журнал. - 2013. - URL: http://upr.ru/article/KONTROL_DEBITORSKOJ_ZADOLZHENNOSTI-1138.
3. Торхова, А.Н. Анализ финансово-хозяйственной деятельности предприятия : учебное пособие / А.Н. Торхова. - Изд. 3-е, стер. - Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2017. - 104 с. : табл. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-4475-9257-8 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=473319>.

© А.А. Галахова, 2018

УДК 338

РЕНТАБЕЛЬНОСТЬ ЖЕНСКИХ РОМАНОВ НА СОВРЕМЕННОМ ИЗДАТЕЛЬСКОМ РЫНКЕ РОССИИ

А.И. ГАЛЯЛУТДИНОВА

студент

«Самарский государственный
социально-педагогический университет»
г. Самара

В статье рассмотрены понятие женский роман, цель создания таких романов, сколько издает с женских романов в России. Проанализирован диапазон цен на них.

Ключевые слова: женский любовный роман, женский роман, женская роль, массовая литература, любовный роман, массовая культура, издательский рынок России.

Актуальность данной темы обусловлена тем, что чтение романов очень популярно на сегодняшний день среди женского пола. Они просты, легки и интересны в прочтении и являются средством развлечения и отдыха.

«Чтение романов всегда будет развлечением женщин; в старости они читают их, чтобы вспоминать испытанное, в молодости - предвкушать то, что желают испытать» А.Рикар. [9] Самым популярным жанром является так называемый женский роман. Его также иногда называют любовным романом, дамским романом. С. Филоненко считает, что женский любовный роман является «исключительным жанровым своеобразием. «Дамский роман» по его мнению, является «одним из трех китов массовой литературы, с

присущими лишь ему сюжетными моделями и матрицами» [8]. Е. В. Улыбина отмечает, что так называемый женский роман, он же любовный роман и розовый роман, относится к числу самых популярных жанров, и данное явление чрезвычайно близко по структурным и содержательным особенностям волшебной сказке [7, с. 538]. На неоднозначность термина указано и в исследовании В. Березина, понимающий под «любовным романом» специфический жанр коммерческой литературы, который имеет разные постоянные названия - «розовый роман», «женский роман». Критик указывает на возникновение определенной путаницы, возникающей при употреблении термина «женский роман», т. к. под ним понимается и феминистская литература, и произведения, написанные женщинами-писательницами [1]. Помимо нейтрально оценивающих определений в критической литературе встречаются обвинения женского любовного романа в примитивности, а также дурном влиянии на литературный стиль или, например, в «разрушении русской языковой среды и ...психики носителя русской языковой стихии».

Таким образом, после проведения анализа определения понятия «женский роман» в современной критической литературе очевидно, что его четкая дефиниция отсутствует, а параллельно фигурируют синонимичные конструкции. Как считает Е. В. Улыбина, высокая повторяемость сюжетных элементов, относительное постоянство состава героев и сериальный характер продукции определяют жанровое своеобразие женского романа [7]. О. Ванштейн подчеркивает, что «сущность розового романа во всех его жанровых модификациях сводится к любовной истории со счастливым концом» [2: 303], а в известных работах, связанных с исследованием женского любовного романа, отмечается категоричная неизменность формульных элементов, которые составляют сюжетную линию произведений «розовых серий» [2].

На российском книжном рынке женский любовный роман, как и другой жанр массовой литературы, представлен массовостью, серийностью с простыми и ясными названиями и неиндивидуальным характером данного вида любовной беллетристики (т. е. авторство за редким исключением почти не несет отпечатка индивидуальности). Наиболее популярны у российских покупателей - детективы (17%) и исторические романы (12%). Далее следуют: любовный роман, повесть (8%), фантастика (7%), детская литература (6%), приключения (5%), психологический роман (5%), рассказы и новеллы (3%). [11] От издательства «ЭКСМО» [12] популярными новыми романами считаются романы Марии Метлицкой «Самые родные, самые близкие», Юлии Лавряшиной «Кто эта женщина?», Эллены Наумовой «Лицо Удачи», Татьяны Трониной «Та, кто приходит незваной». От издательства «Азбука» романа Януша Леона Вишневого «Одиночество в сети» в России было продано более 600 тысяч «бумажных» экземпляров - и миллионы электронных «скачиваний» и «прочтений». [10] Цены на женские романы не дорогие. Они варьируются от 207 р.-389р., то есть оказываются доступны практически всем.

Судя по данным социологических опросов в России любовный роман в массовом чтении российского населения занимал в последнее десятилетие и занимает поныне одно из ведущих мест; по популярности с ним может конкурировать лишь криминальный роман, но и он в последние годы («женский детектив») все больше сближается с любовным романом и женской прозой. Так что проблематика, исследуемая Дженис Рэдуэй, [6] в высшей степени актуальна для сегодняшних российских обстоятельств, а монографических отечественных работ подобного профессионального уровня, исследовательского кругозора и читательского отклика, увы, пока нет. Внутренняя задача читательниц - через чтение романа и сопереживание его главной героине прийти к взаимности и взаимодополнительности женско-мужских перспектив, символически сняв или хотя бы ослабив запреты традиционной женской роли, то есть как бы восстановить образ активной и самостоятельной женщины, но в акте изоляции от других и отключения от повседневности.

Иными словами, отвоевать собственное место, но в его жизни. Как указывает Рэдзэй, не так уж редки любовные романы, написанные автором-женщиной от лица мужского героя. Сюжет готампе вообще движим множественной перекодировкой исходных антитез.

«Жестокий реализм» любовному роману противопоказан. Приемлемы милые подробности домашнего уюта или реалий далекой, чужой истории. В этом плане можно говорить о двух обобщенных «измерениях» любовного романа - романном (novel), связанном с конкретностью и узнаваемостью описанного мира, прагматизмом в поведении героев, характерностью их языка, одежды, деталей окружения, и романтическом (romance), или, иначе, мифологическом, утопическом, которое предопределяет и гарантирует дистанцированность описываемого мира от опыта. Подобная конструктивная двойственность повествования и всей языковой стратегии любовного романа (но не исключено, что и популярной литературы в целом) составляет, с одной стороны, обязательную притягательность, интересность книги для читающих и, с другой - обеспечивает процесс отождествления с героями, положительный эффект чтения. [6]

Исследователь О.Вайнштейн подчеркивает главную цель «женских романов», заключающуюся в утехе и развлечении читательниц, переживаниях женским сердечным неприятностям, создании атмосферы розовых романтических мечтаний.[2]

Конструируемый в женском романе мир не вызывает чувства дискомфорта, он прост, понятен и легко узнаваем всеми, чего бы не произошло, будь он

4. Головина Е. В. Особенности женского романа как жанра литературы // Молодой ученый. - 2017. - №2. - С. 732-734. - URL <https://moluch.ru/archive/136/38082/> (01.12.2018).
5. Писарев, Д.И. Женские типы в романах и повестях Писемского, Тургенева и Гончарова / Д.И. Писарев. - Москва : Директ-Медиа, 2012. - 113 с. - ISBN 978-5-9989-5927-1 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=52810> (02.12.2018).
6. Рэдуэй, Д. Читая любовные романы: женщины, патриархат и популярное чтение / Д. Рэдуэй ; Институт социальной и гендерной политики. - Москва : Прогресс-Традиция, 2004. - 337 с. : ил., табл. - (Гендерная коллекция - зарубежная классика). - Библиогр.: с. 324-330. - ISBN 5-89826-223-7 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=444567> (01.12.2018).
7. Ульбина, Е. В. Субъект в пространстве женского романа // Пространства жизни субъекта. Единство и многомерность субъектнообразующей социальной эволюции / Отв. ред. Э. В. Сайко. М.: Наука, 2004. - С. 538-555.
8. Филоненко, С. Украинский женский роман в европейском контексте [Электронный ресурс]. - URL: <http://www.rspace.com/ukrainskij-zhenskij-roman-v-evropejskom-kontekste/3/> (01.12.2018)
9. Энциклопедия мудрости / сост. Н.Я. Хоромин. - Москва : Директ-Медиа, 2016. - 1075 с. - С. 726-728 - ISBN 978-5-4475-5637-2 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=436195> (02.12.2018).
10. Десятилетие романа «Одиночество в Сети». [Электронный ресурс]. - URL: <https://philologist.livejournal.com/1075527.html> (28.11.2018)
11. Кто в России читает и покупает книги? [Электронный ресурс]. - URL: <http://rulit.org/read/4> (28.11.2018)
12. Новые любовные романы от российских авторов. [Электронный ресурс]. - URL: <https://eksmo.ru/novye-lyubovnye-romany-ot-rossijskikh-avtorov/> (01.12.2018)

© А.И. Галялутдинова, 2018

УДК 338

КОНГРЕСС-ЦЕНТРЫ КАК НАПРАВЛЕНИЕ РАЗВИТИЯ MICE-ТУРИЗМА

А.Л. ГОНЧАРОВА

студент

Научный руководитель

Н.А. ЛУЧИНА

доцент кафедры бизнеса в сфере услуг, к.т.н.

«Новосибирский государственный университет экономики и управления»

г. Новосибирск

В статье рассматриваются понятие и сущность конгресс-центров, как одного из направлений MICE-туризма. Приведены факторы успешности конгресс-центров, перечислены факторы сбыта конгресс-услуг.

Ключевые слова: деловой туризм, MICE-туризм, конгресс-центры.

Как указывает заграничный опыт, деловой и конгресс-туризм являются в текущее время более многообещающими, оживленно развивающимися и высокодоходными отраслями туристического бизнеса. Само понятие «деловой туризм», согласно межгосударственным меркам является довольно новым. В связи с тем, что в качестве самостоятельного вида туризма его начали рассматривать в Европе и США в 70-80 гг. двадцатого века.

Однако, благодаря очень быстрым темпам роста числа деловых контактов в Европе за прошедшие года темпы роста размеров делового туризма выше, чем туризма, в общем.

Развитие контактов во всех сферах и на всех уровнях общения зародило мощную «индустрию встреч», так называемую MICE-индустрию. Возникновение MICE-промышленности означает появление нового специального вида туризма, который связан с проведением конгресс-туров, которые включают участие в конференциях, конгрессах, семинарах, ярмарках, выставках и остальных мероприятиях с деловой целью.

Конгресс-туризм как составная часть делового туризма является одним из более прибыльных видов туризма в мире. Он приносит встречающей стороне гораздо более высокие доходы, чем остальные его виды, содействует развитию и укреплению деловых международных связей, решению главных политических и финансовых вопросов. Посещение деловыми туристами выставок, участие в семинарах и конференциях - это более действенный метод получить данные о новых разработках и технологиях, представить на мировой рынок личные достижения, повысить квалификацию, поделиться опытом и найти надежных деловых партнеров [3].

Важной особенностью конгресс-туризма будет то, что он тесно связан с гостиничным бизнесом. При крупных отелях создаются конгресс-холлы, оборудованные всем необходимым, а конкретно конференц- и банкетными залами, выставочными площадками, транспортными службами. В последние несколько лет международные контакты российского бизнеса значимо расширяются. В этих условиях задача российских экспертов этой сферы состоит в исследовании и освоении зарубежного опыта с тем, чтоб прирастить долю зарубежных деловых гостей в конгресс-залах наших гостиниц, тогда и прибыль от конгресс-деятельности будут заметно увеличиваться [4].

В разработке инфраструктурных объектов въездного бизнес-туризма в России делаются немаловажные шаги. К примеру, главным направлением развития гостиничного бизнеса является строительство комфортно расположенных гостиниц (четырёх звездных и выше). В столице России и региональных центрах строятся бизнес-отели и бизнес-центры, создаются конгрессные бюро и выставочные организации, расширяется календарь конгрессов, форумов и прочих деловых мероприятий. Хуже обстоит дело в регионах, но необходимо подчеркнуть, что в больших производственных и культурных центрах (Сочи, Екатеринбург, Иркутск, Новосибирск, Владивосток) с каждым годом возрастает число гостиниц, оборудованных всем нужным для бизнес- и конгресс-туризма, а прежние гостиницы модернизируются с учетом требований бизнесменов [5].

В текущее время ещё не все российские компании могут позволить себе дорогостоящие корпоративные выезды, поэтому в большинстве случаев организуются разовые деловые поездки в страны, где работают главные партнеры компании. Рынок конгресс-туризма вырастает, экономический потенциал РФ и ее культурноисторическое своеобразие притягивают организаторов бизнес встреч. Специалисты отмечают, что объективно найти характеристики роста этой отрасли трудно из-за ее всеохватывающего характера, однако масштабы индустрии встреч в РФ повышаются, до мирового уровня ещё далеко [2].

В соответствии прогнозам экспертов, к 2020 году объемы доходов от делового туризма в нашем государстве будут более трех миллиардов долларов, а выше пятидесяти процентов всех туристов будут приезжать в Российскую Федерацию с деловым визитом. Для этого нужна, прежде всего, заинтересованность и совместные старания органов власти и личного сектора экономики, туристских организаций, также динамичная управляю-

щих и специалистов гостиничных комплексов по формированию бизнес и конгресс-туризма и продвижению конгресс-услуг.

Для активного развития индустрии деловых встреч принципиально сделать отношения туристских компаний и гостиничных комплексов с «ветвями власти» для обоюдного решения актуальных вопросов. Важное значение имеют маркетинговые исследования конгресс-деятельности. Нужна организация семинаров и тренингов для профессионалов этой области, так как развитие индустрии встреч в РФ сдерживает отсутствие качественной рекламной работы и довольно сложная процедура получения виз.

Как подчеркивалось ранее, принципиальным фактором в развитии конгресс-туризма являются предприятия гостиничного сервиса. Не так давно понятие «индустрия встреч» (индустрия MICE) было знакомо в главном из заграничных источников, а сейчас становится неразделимой частью каждодневной практики и ставит перед работниками сферы гостиничной индустрии четкие задачи, от решения которых зависит дальнейший успех предприятия.

Значимым каналом сбыта конгресс услуг является корпоративная продажа номеров и конгресс-залов работников банка, производственных и торговых компаний для проведения конференций, семинаров и иных больших мероприятий для личных партнеров. В мероприятиях участвуют почти все деловые люди, которые являются активными пользователями конгресс услуг. Корпоративные клиенты экономически прибыльны, в связи с тем, что точно обеспечивают загрузку номерного фонда и конференц-залов. Корпоративные клиенты не всегда получают высокие скидки из-за поздних сроков бронирования или коротких сроков пребывания (в среднем это составляет 5-10%), но если они регулярно заказывают номера, то предоставляются специальные корпоративные тарифы.

Еще одним значимым каналом сбыта конгресс-услуг является их продажа через турфирмы. Туристским фирмам рекомендуется создавать свою агентскую сеть по распространению конгресс-услуг, часто и организовано направлять отдыхающих именно в данную гостиницу. Деловые отношения с посредниками услуг будут конструктивными, в том случае, если их строить на плановом основании. При обсуждении и подписании договоров надлежит говорить и вносить в них предполагаемые объемы продаж. Развитие конгресс-туризма - не только значительный вклад с финансовой стороны, но и рост рейтинга страны, области, города, следовательно, привлечение дополнительных вложений.

Список литературы

1. Васильева Е.В. MICE-индустрия: современные подходы к организации деятельности / Е.В. Васильева, М.Г. Хаткевич // Экономика и предпринимательство. - 2016. - № 11 (76). - С. 134-136
2. Кузнецова О.И. Аспекты MICE - туризма и его организации // Сервис в России и за рубежом. - 2014. - № 2 (49). - С. 40-52.
3. Лучина, Н.А., Аршинова, А.Н. Преимущества и угрозы развития массового туризма в условиях глобализации / Н.А. Лучина, А.Н. Аршинова // Активизация интеллектуального и ресурсного потенциала регионов : Материалы 4-й Всероссийской научно-практической конференции. - 2018. - С. 493-498.
4. Нюрнбергер, Л.Б., Бушуева, И.П. Формирование терминологического инструментария туристического бизнеса / Л.Б. Нюрнбергер, И.П. Бушуева // Активизация интеллектуального и ресурсного потенциала регионов : Материалы 4-й Всероссийской научно-практической конференции. - 2018. - С. 508-514.
5. Самостроенко Г. М. Деловой туризм в России: состояние, проблемы, перспективы: [монография] - Орёл: ОРАГС, 2016. - С. 119.

© А.Л. Гончарова, 2018

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ БЕЗНАЛИЧНЫХ РАСЧЕТОВ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ ПЛАТЕЖНЫХ КАРТ

В.Х. ДЕДЕГКАЕВ

д.э.н., профессор,

Г.В. ХЕТАГУРОВ

к.э.н., доцент

ФГБОУ ВО «Северо-Кавказский горно-металлургический институт
(государственный технологический университет)»

г. Владикавказ

В данной статье рассматриваются вопросы развития безналичных расчетов с использованием платежных карт. Выявлено, что в последние годы увеличилась доля расчетов с использованием платежных карт. Предлагаются направления дальнейшего развития рынка платежных карт, в том числе основанных на искусственном интеллекте.

Ключевые слова. Международные платежные системы, коммерческие банки, платёжные карты, безналичные операции, искусственный интеллект.

Переход от наличных платежей к платежам электронного вида, неизбежно скажется на экономическом росте. При пересчете, инкассации и транспортировке денежных средств государство тратит до 1,5% процентов ВВП. Кроме этого убытки приносит уклонение от налогов и серая экономика. Поэтому переход с наличной системы платежей на электронную, напрямую отражает интересы правительства большинства стран.

Российские темпы роста можно сопоставить со среднемировыми. Если ранее рост рынка России был более быстрым, то сегодня экономические темпы развития замедлились. Эта ситуация характерна для экономик стран, которые ориентированы на доходы от нефти. И в случае понижения цены на нефтепродукты с фиксацией стабильного уровня, появляется масса возможностей, для того, чтобы развивать другие отрасли. При этом малому и среднему бизнесу достается больше финансирования, повышаются объемы торговли, и соответственно, растет количество транзакций.

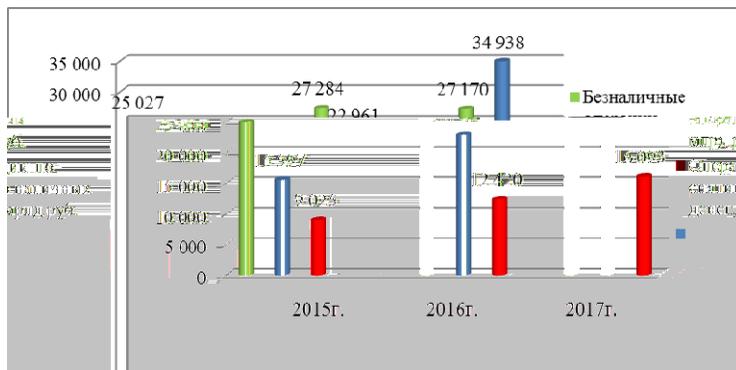


Рис. Динамика объема операций по платежным картам в РФ за 2015-2017гг.

С каждым днем все большее число россиян отдают предпочтение безналичному расчету, что нашло подтверждение в сокращении операций по снятию с карт наличности в 2017 году. Исходя из итогов этого же года, держателями карт было снято с них почти на 0,5% меньше, чем годом раньше (27,2 триллионов рублей).

Результаты исследования рынка от ведущих маркетинговых компаний подтвердили тенденцию роста безналичной оплаты с помощью карт. При этом за несколько последних лет отмечались скачки динамики: взрывной рост объемов оплаты 2011 года сменился сокращением темпов, с еще одним - последующим скачком через три года. Что касается последних двух лет, рост безналичных карточных платежей снова активизировался - с увеличением до 53% к 2017 году.

При этом объемы платежей покупок с карт, исходя из статистических данных, уменьшились, что является свидетельством активного роста переводов денежных средств и других платежных операций. Таким образом, объемы оплат приобретенных товаров и полученных услуг на территории РФ достигли 16 триллионов рублей, а это почти на 30% выше результатов, полученных годом раньше.

По данным Центробанка России, за период с января по сентябрь 2017 года россиянами было снято с карт на 2 процента наличных средств меньше, чем в 2016 году. За десять предыдущих лет, которые охватывает статистика Центрального Банка, отмечался стабильный рост абсолютной суммы снимаемых наличных, вплоть до 2 квартала 2017 года.

Доля снятия с карт средств, к концу сентября едва дошла 45%, тогда как, в первые месяцы года, она превышала 50%. Дополнительных 25% (почти 11,5 триллионов рублей) оборота по картам пришлось на операции по товарам и услугам, а остальные 12,5 триллионов - это сумма межкарточных переводов.

Отсюда следует вывод, что физическими и юридическими лицами делается ставка на безналичный расчет как на более удобный инструмент оплаты. Рост оборота безналичных средств напрямую зависит от законодательных требований по приему карт в торговых точках, где размеры выручки превышают показатель в 40 миллионов рублей в год. В связи с этим, количество мест, где можно расплатиться картой, неуклонно растет, даже за счет совсем маленьких магазинов. Дополнительным фактором служит рост электронной коммерции, когда клиенту предоставляется возможность оплатить покупку онлайн, а большинство курьеров имеют в распоряжении терминал мобильного образца. Еще один немаловажный фактор в пользу роста оплаты безналом - наличие терминалов в такси.

Что касается среднего чека, то он составляет 890 рублей, что на 50 рублей меньше прошлогоднего. Это прямое свидетельство роста популярности оплаты картой среди российских граждан, когда речь идет о повседневных покупках.

К концу предыдущего года российскими банками было выпущено 260 миллионов карт, около половины которых, активизировались для выполнения хотя бы одной расчетной операции.

Начиная с 2012 года, количество платежных операций по картам возросло в два раза, приблизившись по сумме к 42 триллионам рублей. Продолжает расти объем транзакций по безналичной оплате товаров, тогда как количество операций по выдаче наличных стабильно снижается, и эксперты связывают эту тенденцию с развитием инфраструктуры платежей, прогнозируя рост их общей доли до 50% уже в самое ближайшее время.

Центральный банк вынужден резюмировать, что россиянами все чаще стали использоваться карты при оплате услуг, а не только с целью снятия денег в банкомате.

2012 год ознаменовался тем, что число операций по картам сравнялась в плане снятия наличности и покупок по безналичному расчету в торговых сетях. Но уже через пять лет безналичные платежи стали занимать почти 85% от общих операций по банковским картам. Это стало прямым отражением того, что россияне все чаще используют карты при повседневных тратах.

Если обобщить, то данные ЦБ подтверждают, что из выпущенных 260 миллионов карт, используются около 160 миллионов, а последние 6 лет доказали рост операций почти в три с половиной раза. В 2017 году россиянами было снято с карточек около 30 триллионов рублей, а доля безналичных оплат достигла половины этой суммы. Также отметилось снижение размеров среднего чека с 110 рублей о 850, что в очередной раз укоренило тенденцию использования карт для насущных ежедневных трат.

Стоит выделить главные доводы в пользу оплаты безналичным способом - прежде всего, плюсы заключаются в простоте и безопасности. Не приходится высчитывать сдачу, хранить финансы в кошельке. Также россиянами ценится бонус в виде кэшбека с возвращением части средств за покупку. В копилку преимуществ идет и тот факт, что сегодня карточки принимаются к оплате, не только крупными розничными сетями, но даже индивидуальными предпринимателями.

Кроме этого, достоинства приумножаются возможностью осуществлять бесконтактные платежи с помощью технологии беспроводной передачи данных в смартфонах и планшетах. И как результат - Россия занимает 1 место по количеству таких платежей.

Тем временем розничный оборот достаточно низок в сравнении с рядом развитых стран. Это объясняется, прежде всего, тем, что граждане пока еще склонны проводить крупные денежные операции с помощью наличных средств. К ним относится покупка недвижимости и автомобилей. Но даже с учетом этого факта, прогнозируется увеличение доли платежей по безналу с превышением отметки в 50% уже через несколько лет.

Вопрос увеличения доли финансовых операций безналичным способом подвергается пристальному вниманию - уже на протяжении пяти лет правительство обсуждает идею ограничения платежей наличными средствами до шестисот тысяч рублей, с дальнейшим прогнозом понижения суммы до 300 тысяч. Данная инициатива, которую пока не внедрили, но к которой уже неоднократно возвращались, является способом защиты от влияния теневой экономики. Одно из существенных препятствий для ее принятия - невозможность проведения платежей в некоторых дальних районах страны.

Основные направления для развития карточного бизнеса следующие. Во-первых, к имеющейся у вас карте, выпускают виртуальную карту, для использования при совершении операций со смартфона или ПК. Второй шаг заключается в токенизации. При транзакции в интернете, будет происходить шифрование в токене, и дешифрование в другой точке. Таким образом, работа карты, которую используют виртуально, будет приравнена к платежному инструменту в реальном пространстве. Ожидается, что это пойдет на пользу электронной торговле с ее последующим расцветом. Думается, что после внедрения такой системы в РФ, ритейлеры будут стремиться к развитию логистики в дальних регионах, решив тем самым сложности доставки товаров по стране.

Вторым направлением должен стать анализ данных для оценки того, как обрабатывать информацию с максимальной пользой для повышения эффективности бизнеса. Не так давно одной платежной системой была куплена компания «A. P. Technologies», которая владеет алгоритмом, действующим за счет искусственного интеллекта. Приведем пример. Вы являетесь продавцом еды и рассматриваете возможность запуска новой продуктовой линии. Новый алгоритм Testlearn избавляет вас от необходимости запуска маркетинговой компании для привлечения клиентской аудитории. Система проанализирует сама - насколько перспективным станет новый проект - это покажет репрезентативная выборка алгоритма. Или другой пример: вы владелец банка и хотите проанализировать, в каких населенных пунктах целесообразнее организовать филиалы. Механизм алгоритма поможет и в этом, тем самым оптимизировав бизнес. Есть все основания полагать, что данная технология получит широкое распространение в будущем.

Еще одним направлением, достойным рассмотрения, является программа лояльности с ее расширенными возможностями. Ситуация в том, что российские граждане приобретают товары в различных магазинах, выбирая наиболее выгодные предложения в разных точках, вместо покупки всего необходимого в одном месте. Эта тенденция считается вполне естественной, и способствует развитию экономики, а также повышает конкурентоспособность. Кроме этого, покупатели демонстрируют повышенную избирательность и вдумчивость при выборе товаров и услуг.

Концепция развития программ лояльности в будущем нацелена на то, чтобы включить в себя как можно больше точек совершения покупок. В результате люди получают выгоду приобретения, в том числе, и за полученные бонусы с покупок. Зная, что часть денег будет возмещена, граждане оценят дополнительную пользу использования платежных карт, что увеличит число совершаемых по карте платежей.

Список литературы

1. Куцев А. Г. Национальная система платежных карт: анализ и перспективы развития на современном этапе // Вестник Тюменского государственного университета. Социально-экономические и правовые исследования. 2015. Том 1. № 3. С. 229-236. [Kutsev A. G. Natsional'naya sistema platezhnykh kart: analiz i perspektivy razvitiya na sovremennom etape [National payment card system: analysis and development prospects at the present stage]. Bulletin of Tyumen state University. Socio - economic and legal research. 2015. vol. 1. no. 3, pp. 229-236].

2. Национальная система пластиковых карт.//НСПК. Национальная система платежных карт: официальный сайт [Natsional'naya sistema plastikovykh kart./NSPK. Natsional'naya sistema platezhnykh kart: ofitsial'nyisait [National system of plastic cards./NSPC. National system of payment cards: the official website]] Available at: <http://www.nspk.ru> (accessed 23.04.2018).

3. Петегирич А.В., Бондаренко Т.Н. Роль национальной платежной системы в развитии безналичных расчетов в РФ // Современные научные исследования и инновации. 2015. № 7-2 (51). С. 115-119. [Petegirich A.V., Bondarenko T.N. Rol' natsional'noi platezhnoi sistemy v razvitií beznalichny khraschetov v RF [The role of the national payment system in the development of non-cash payments in Russia]. Modern research and innovation. 2015. no. 7-2 (51), pp. 115-119].

© В.Х. Дедегкаев, Г.В. Хетагуров, 2018

УДК 331

ДОХОДЫ НАСЕЛЕНИЯ КАК ВАЖНЕЙШИЙ ПОКАЗАТЕЛЬ ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ

П.С. ДЕНИСОВА

студент

Научный руководитель

Е.А. МАЗНЯЯ

кандидат экономических наук, доцент кафедры экономики

Самарский государственный социально-педагогический университет

г. Самара

В статье рассматриваются показатели доходов населения, обосновывается их важность как фактора экономического развития страны. Приводятся основные показатели доходов населения за период с 2010 до 2017 гг. в целом по России и Самарской области.

Ключевые слова: доходы населения, номинальные доходы, реальные доходы, реальные располагаемые доходы, бедность.

Проблемы экономического развития отраслей народного хозяйства

Конечной целью любой экономической системы является удовлетворение потребностей человека. Возможность удовлетворить потребности тем выше, чем выше уровень доходов: чем больше доходы государственного бюджета, тем выше уровень обеспечения граждан необходимыми благами, чем больше личные доходы людей, тем выше степень удовлетворения потребностей их и членов их семей. Таким образом, повышение доходов населения - приоритетная задача любого государства.

Под доходами населения понимается сумма всех денежных и натуральных поступлений из различных источников. К денежным доходам относятся доходы от использования имеющихся ресурсов (заработная плата, доходы от собственности, от предпринимательства), социальные выплаты от государства и других организаций и субъектов, от продажи продукции сельского хозяйства и различных изделий, доходов от оказанных на сторону услуг, а также страховые возмещения, ссуды, доходы от продажи иностранной валюты и др. Натуральные доходы включают продукцию, произведенную домашними хозяйствами собственными силами и предназначенную для личного потребления, а также подарки, бесплатные и льготные товары и услуги.

Для характеристики доходов населения применяют следующие показатели [3, 342]:

- совокупные доходы - сумма денежных и натуральных доходов;
- номинальные доходы - денежные доходы независимо от налогообложения и изменения цен;
- располагаемые доходы - номинальные доходы за вычетом налогов и других обязательных платежей;
- реальные доходы - номинальные доходы с учетом изменения розничных цен и тарифов, другими словами, это количество товаров и услуг, которые можно купить на номинальные доходы;
- реальные располагаемые доходы - располагаемые доходы, скорректированные на индекс потребительских цен.

Минимальный доход, необходимый для удовлетворения физиологических потребностей человека в продуктах питания, одежде, жилье, определяется величиной прожиточного минимума. Человек, чьи доходы ниже прожиточного минимума, считается бедным.

В таблице 1 и 2 представлены основные показатели доходов населения России и Самарской области за последние годы.

Таблица 1

Основные показатели доходов населения России за 2010-2017 гг.

| | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 |
|---|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| Среднемесячные денежные доходы на душу населения, руб. | 18958 | 20780 | 23221 | 25928 | 27766 | 30467 | 30744 | 31477 |
| Реальные располагаемые денежные доходы населения, в % к предыдущему году | 105,9 | 100,5 | 104,6 | 104,0 | 99,3 | 96,8 | 94,2 | 98,3 |
| Среднедушевой прожиточный минимум, руб. | 5688 | 6369 | 6510 | 7306 | 8050 | 9701 | 9828 | 10088 |
| Численность населения, денежный доход которых не превышает прожиточный минимум: | | | | | | | | |
| млн. человек | 17,7 | 17,9 | 15,4 | 15,5 | 16,1 | 19,5 | 19,6 | 19,3 |
| в % от всего населения | 12,5 | 12,7 | 10,7 | 10,8 | 11,2 | 13,3 | 13,4 | 13,2 |

Источник: [1], [4,140].

Основные показатели доходов населения Самарской области за 2010-2016 гг.

| | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 |
|---|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| Среднемесячные денежные доходы на душу населения, руб. | 20223 | 21756 | 24696 | 26865 | 26062 | 27739 | 26795 |
| Реальные денежные доходы населения, в % к предыдущему году | 105,8 | 99,4 | 109,0 | 102,5 | 90,0 | 92,2 | 90,4 |
| Среднедушевой прожиточный минимум, руб. | 5940 | 6597 | 6697 | 7282 | 7788 | 8786 | 9703 |
| Численность населения, денежный доход которых не превышает прожиточный минимум: | | | | | | | |
| тыс. человек | 486,6 | 487,3 | 394,5 | 389,1 | 403,6 | 428,4 | 442,4 |
| в % от всего населения | 15,1 | 15,2 | 12,3 | 12,1 | 12,6 | 13,3 | 13,8 |

Источник: [5,83]

Из таблицы 1 видно, что несмотря на рост номинальных (денежных) доходов населения в целом по России, реальные располагаемые доходы, начиная с 2014 года, падают. Кроме того, растет число бедного населения - с 12,5% в 2010 году до 13,2% в 2017 г. Те же тенденции характерны и для показателей доходов населения Самарской области, причем падение реальных доходов выражено даже сильнее, чем по стране в целом, соответственно и доля бедного населения больше, чем общероссийский уровень. Это означает, что снижаются возможности населения удовлетворять свои потребности, выступая в качестве потребителя, делать сбережения тоже становится менее возможным, а соответственно экономика лишается важнейшего источника инвестиций. Все это непосредственным образом сказывается на состоянии экономики страны и потенциале ее развития.

Очевидно, что данная ситуация с доходами населения является следствием экономического кризиса, затронувшего практически все страны, в том числе и Россию. Наше государство выработало программу антикризисных мер [2], направленных на увеличение производства в стране, улучшение делового климата, развитие предпринимательской инициативы, повышение финансовой грамотности населения. Данные меры должны способствовать достижению экономического роста и повышению благосостояния населения.

Список литературы

1. Данные Росстата: URL: [http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/population/level\(11.12.2018\)](http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/population/level(11.12.2018)).
2. Медведев, Д.А. Социально-экономическое развитие России: обретение новой динамики / Д.А. Медведев // Вопросы экономики. - 2016. - №10 - С.5-30.
3. Нуралиев, С.У. Экономика: учебник / С.У. Нуралиев, Д.С. Нуралиева. - Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2018. - 431 с.: ил. - (Серия «Учебные издания для бакалавров»). - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-394-02412-2; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=495807> (11.12.2018).
4. Российский статистический ежегодник. 2017: Стат.сб./Росстат. - М., 2017. - 686 с.
5. Самарский статистический ежегодник. 2017: Стат.сб./Самарастат.- С., 2017. - 352с.

© П.С. Денисова, 2018

**СРАВНИТЕЛЬНАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА СОЦИАЛЬНОЙ
ДИФФЕРЕНЦИАЦИИ РОССИЙСКОЙ ЭКОНОМИКИ 2000 - 2018 ГОДОВ**

И.С. ДОБРЕВА

студент

Л.В. ФЕОФИЛАКТОВА

старший преподаватель кафедры экономики

«Самарский государственный социально-педагогический университет»

г. Самара

В статье рассматривается характеристика социально-экономических показателей и их дифференциация в период 2000 -2018гг.

Ключевые слова: валовый национальный продукт, доход на душу населения, рождаемость, смертность, индекс потребительских цен, заработная плата, пенсии, безработица.

Последние десятилетия ознаменовались существенными изменениями качественного и количественного состояния социальной дифференциации постиндустриального общества. Динамика социальных изменений характеризуется такими тенденциями как появление новых групп и слоев, рост социальной мобильности, перемещение занятого населения в сферу услуг, трансформация профессиональной структуры, дальнейшее имущественное расслоение населения и др. Наряду с общей направленностью эволюции современного социума, существуют особенности развития отдельных государств, определяемые состоянием их экономики, уровнем и характером производства, содержанием политических отношений и т.д.

Россия занимает одно из центральных мест в мировой экономике и политике. В этой связи сравнительная характеристика эволюции социальной дифференциации в этих странах составляет важную предпосылку анализа динамики современного общества в целом. Важной характеристикой социальной дифференциации является динамика общей численности населения, отражающая состояние его естественного движения и включающего в себя такие показатели, как рождаемость, смертность, количество браков и разводов, а также миграция населения. Тенденции развития общества по данному показателю имеют неоднозначную направленность. [3] (табл.1)

Статистические данные фиксируют, что в периоде с 2000 по 2018 года происходит снижение численности населения, особенно в 2009 - численность населения с 2000 г. - 146 890 128 ч. и 2009 г. - 141 903 979 ч. (- 3,4 % прироста); потом выросла рождаемость и численность населения к 2018 году составила 146 880 432 ч. (+3,5 % прироста).

Сложные социально-экономические условия в Российской Федерации неизбежно отразились на снижении количественных характеристик россиян. Россия переместилась на 7-е место в мире по численности населения.

Численность населения России 2000-2018 гг. [2]

| Год | Численность, чел. |
|------|-------------------|
| 2000 | 146 890 128 |
| 2001 | 146 303 611 |
| 2002 | 145 166 731 |
| 2003 | 144 963 650 |
| 2004 | 144 168 205 |
| 2005 | 143 474 219 |
| 2007 | 142 220 968 |
| 2008 | 142 008 838 |
| 2009 | 141 903 979 |
| 2010 | 142 856 536 |
| 2011 | 142 865 433 |
| 2012 | 143 056 383 |
| 2013 | 143 347 059 |
| 2014 | 143 666 931 |
| 2015 | 146 267 288 |
| 2016 | 146 544 710 |
| 2017 | 146 804 372 |
| 2018 | 146 880 432 |

Важным фактором изменения демографической структуры является изменение рождаемости и смертности, отражающим воспроизводство населения (табл.2)

Таблица 2

Рождаемость и смертность в России [6]

| Год | Рождаемость , млн. чел. | Смертность, млн. чел. |
|------|-------------------------|-----------------------|
| 2000 | 1,26 | 2,22 |
| 2003 | 1,47 | 2,36 |
| 2006 | 1,48 | 2,16 |
| 2009 | 1,76 | 1,01 |
| 2012 | 1,90 | 1,90 |
| 2014 | 1,94 | 1,91 |
| 2016 | 1,89 | 1,89 |
| 2017 | 1,69 | 1,82 |

Как свидетельствуют вышеприведенные данные, в России 2000-2017-е годы можно охарактеризовать как период относительной стабилизации и небольшой рост рождаемости. В 2003 году наступает стабильное увеличение рождаемости, которая к началу 2014 года составила всего 1,94 млн. чел. Вместе с тем, динамика смертности россиян к 2009 году значительно уменьшилась (в 2 раза) - 1,01 млн.чел., но потом начала возрастать и к 2017 году составила 1,89 млн. чел.

Дифференциация (неравенство) доходов населения - реально существующие различия в уровне доходов населения, в значительной степени, предопределяющие социальную дифференциацию в обществе, характер его социальной структуры. Дифференциация доходов населения - результат распределения доходов, выражающий степень неравномерности распределения благ и проявляющийся в различии долей доходов, получаемых разными группами населения.

Общество с рациональной дифференциацией доходов, относительно равномерной, наиболее устойчиво за счет многочисленного среднего класса, имеет интенсивную социальную мобильность, сильные стимулы к социальному продвижению и профессиональ-

ному росту. И наоборот, как свидетельствует исторический опыт латиноамериканских стран, общество с резкой дифференциацией доходов крайних полюсных групп населения отличается социальной неустойчивостью, отсутствием сильных стимулов к профессиональному росту, значительной степенью криминогенности социальных отношений. [1]

Под доходами населения понимается денежные средства или материальные ценности, приобретенные юридическим лицом, государством или физическим лицом в результате определенной деятельности. Доход определяется и как денежный поток, всеобщее количество денежных средств, которые поступают в виде процентов, ренты, заработной платы, дивидендов, предпринимательской прибыли в течение предназначенного временного периода. Основными источниками доходов населения считаются заработная плата, доходы от проведения индивидуальной трудовой деятельности, от собственности, от личного хозяйства, выплаты и льготы из всевозможных фондов, выплаты по страхованию жизни.

Средний денежный доход в России за 2017 год составил 31475 руб. Среднемесячная заработная плата достигла 29346 руб, а средняя пенсия в России на 2013 год являлась 14100 руб.

Среднемесячный доход на душу населения за 2000 год составил 3078,4 руб, а за 2017 4090,6- руб.

Среднемесячная заработная плата за 2000 год составила 2223 руб, за 2017 год - 39085 руб.

Средний размер назначенных пенсий за 2000 год составил 823,4 руб, а за 2017 -9100 руб.

Реальный номинальный доход населения за 17 лет вырос на руб., реальная номинальная заработная плата и пенсия на руб. и на руб. соответственно.

В последние годы рост доходов на душу населения опережает рост цен. Реальные располагаемые доходы россиян в среднем выросли и уже примерно соответствуют доходам жителей восточноевропейских стран. Но тем не менее, в России по-прежнему наблюдается серьезное расслоение доходов по отраслям и регионам страны. Появились отрасли с высокими и низкими зарплатами, а также благополучные и неблагополучные регионы.

С 2000 годов в России наблюдается быстрый и непрерывный рост номинальных доходов населения. Среднедушевой доход в 2012 году по сравнению с 2000 годом вырос в 10 раз. По итогам 2012 года средний доход россиянина составил 22 880 руб. [5]

Главным показателем экономической динамики на национальном уровне считается темп роста ВВП. [4] (табл.3)

Таблица 3

Основные экономические показатели в России за 2010 -2016гг.

| Показатели | 2010 г. | 2011 г. | 2012 г. | 2013 г. | 2014 г. | 2015 г. | 2016 г. |
|--|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| Валовый внутренний продукт | 104,5 | 104,3 | 103,4 | 101,3 | 100,6 | 96,3 | 99,1 |
| Продукция сельского хозяйства | 88,7 | 122,1 | 95,3 | 106,2 | 103,7 | 103,0 | 102,6 |
| Строительство | 105,0 | 105,1 | 102,4 | 101,4 | 95,5 | 93,0 | 94,3 |
| Грузооборот транспорта | 106,9 | 103,4 | 101,7 | 100,5 | 99,9 | 100,2 | 101,3 |
| Оборот розничной торговли | 106,3 | 107,2 | 105,9 | 103,9 | 102,5 | 90,2 | 94,3 |
| Внешнеторговый оборот, в т.ч.: | 131,9 | 131,9 | 102,7 | 100,2 | 94,9 | 66 | 77,4 |
| Экспорт | 132,9 | 131,8 | 105,1 | 98,8 | 96,9 | 68 | 70,7 |
| Импорт | 130,3 | 132,0 | 103,7 | 102,3 | 91,7 | 62 | 90,6 |
| Ввод в действие основных фондов | 93,4 | 129,0 | 108,7 | 101,1 | 97,3 | | |
| Инвестиции в основной капитал | 106,0 | 108,2 | 106,7 | 99,7 | 97,3 | 91,6 | 95,7 |
| Индекс потребительских цен | 106,9 | 108,4 | 105,1 | 106,8 | 107,8 | 115,5 | 107,8 |
| Индекс цен промышленных производителей | 114,9 | 117,3 | 106,8 | 103,4 | 106,1 | 112,4 | 103,4 |
| Реальные располагаемые денежные доходы | 105,1 | 100,8 | 104,2 | 103,3 | 99,0 | 96,0 | 95,0 |
| Общая численность безработных | 88,9 | 89,1 | 85,3 | 100,2 | 94,0 | 107,4 | 102,1 |

Проанализировав социально-экономические показатели, можно сделать вывод, что численность безработных растет, ВВП - уменьшается, индекс потребительских цен увеличивается, что указывает на дифференцированность динамики социально-экономических характеристик.

Таким образом, приведенные основные экономически-социальные показатели экономики страны приводят к тому, что нельзя однозначно говорить о ее росте. Есть еще проблемы, которые необходимо решать, для того, чтобы выйти на уровень показателей развитых стран.

Список литературы

1. Бобков В. Дифференциация благосостояния. // Экономист. - 2005. - № 6.
2. Вишневский А.Г. Население России 2012: двадцатый ежегодный демографический доклад. Нац. Исслед. Ун-т «Высшая школа экономики». М.: Изд. Дом Высшей школы экономики, 2014. - 412 с.
3. Росенко С.И. Сравнительная характеристика социальной дифференциации российского и американского обществ//Научно-теоретический журнал «Ученые записки». - 2006. - № 19. - 55 с.
4. Малева Т.М. Ежемесячный мониторинг социально-экономического положения и самочувствия населения: 2015 г. - март 2017 г. / Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации. // «Социально-экономическое развитие и здоровье населения России». - 2017. - 17 с.
5. Регионы России. Социально-экономические показатели. 2017: Р32 Стат. Сб. / Росстат. - М., 2017. - 1402 с. «Денежные доходы населения», «Реальные доходы населения» - 236 с.
6. Росстат. Статистические сборники. Показатели естественного движения населения «Рождаемость, смертность и естественный прирост населения» - 96 с.

© И.С. Добрева, Л.В. Феофилактова, 2018

УДК 338

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ УПРАВЛЕНИЯ ОБОРОТНЫМИ СРЕДСТВАМИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Н.А. ЕРМОХИНА

студент

Филиал ФГБОУ ВО «Самарский государственный

технический университет»,

г. Сызрань

В данной статье рассмотрена проблема сокращения оборачиваемости оборотных средств в целях повышения эффективности и производственно-хозяйственной деятельности предприятия. Снижению потребности в оборотных средствах может способствовать определение их оптимального объема путем нормирования.

Ключевые слова: оборотные средства, оборачиваемость оборотных средств, платежеспособность, нормирование.

Оборотные средства являются частью непрерывного потока хозяйственных операций. Их наличие способствует непрерывному движению денежных средств на всех стадиях кругооборота для обеспечения потребности предприятия в денежных и материальных ресурсах.

Обеспечивая производственную и финансовую потребность предприятия, оборотные средства должны сохранять необходимый уровень платёжеспособности. Только в

этом случае обеспечивается ритмичный и стабильный процесс производства продукции и деятельности организации в целом. [2] Данный показатель находится в прямой зависимости от объема оборотного капитала.

Потребность в оборотных средствах помимо стоимости определяется еще и оборачиваемостью. С ускорением оборота при одинаковом объеме реализуемой продукции потребность предприятия в оборотных средствах сокращается. [1] Таким образом, в показателе оборачиваемости оборотных средств находят свое отражение увеличение темпов роста выпуска продукции, увеличение прибыли и другие хозяйственные процессы на предприятии.

Ускорение оборачиваемости оборотных средств достигается за счет установления оптимального количества производственных запасов, разумного уменьшения объема незавершенного производства, ускорения сроков реализации готовой продукции, сокращения сроков оборачиваемости дебиторской задолженности. Каждое из этих мероприятий вполне самостоятельно, но наибольший эффект будет достигнут тогда, когда они проводятся в рамках единого плана. Основными факторами ускорения оборачиваемости оборотных средств являются: сокращение общей длительности технологического цикла; совершенствование технологии и организации производства; улучшение условий снабжения предприятий и сбыта продукции; четкая организация платёжно-расчётных отношений.

Реализацию указанных мер рассмотрим на примере предприятия «Красный Камень». Определение запаса по каждому виду является трудоемкой задачей, поскольку в настоящее время на предприятиях нормативная база не обработана или же для них характерно использование устаревших норм. Для определения потребности предприятия в оборотных средствах применим метод прямого счета.

По данным производственного потребления материалов за 4 квартал 2017 года была проведена группировка запасов ABC-методом в зависимости от степени их значимости в производственном процессе и их удельной стоимости, в результате чего на предприятии складывается соотношение 59/33/8.

Таблица 1

ABC-метод классификации производственных запасов

| № п/п | Наименование материалов | Стоимость потребления материалов | Удельный вес, % | Совокупный процент | Категория |
|-------|-------------------------|----------------------------------|-----------------|--------------------|-----------|
| 1 | Цемент | 89710,4 | 38,4 | 59,3 | А |
| 2 | Керамзит | 48842,1 | 20,9 | | |
| 3 | Глина | 31890,1 | 13,65 | 32,83 | В |
| 4 | Доска необрезная | 28104,5 | 12,03 | | |
| 5 | Песок | 16715,2 | 7,15 | | |
| 6 | Смесь затвердительная | 8911,7 | 3,81 | 7,86 | С |
| 7 | Брус | 5498,4 | 2,35 | | |
| | Другие 25 видов | 3971,1 | 1,7 | | |
| ИТОГО | | 233643,5 | 100 | 100 | |

Определим норму запасов в днях и рассчитаем норматив по категории «А», поскольку контроль над наиболее важными для предприятия материальными запасами позволяет сэкономить время, ресурсы и повысить эффективность управления. Для этого рассчитаем нормы транспортного, подготовительного, текущего и страхового запаса.

Расчет совокупной нормы запаса в материалах группы «А»

| Наименование материалов | Норма транспортного запаса, дн. | Норма подготовительного запаса, дн. | Норма текущего запаса, дн. | Норма страхового запаса, дн. | Итого, дн. | Одновременный расход, тыс. руб. | Норматив оборотных средств, тыс. руб. |
|-------------------------|---------------------------------|-------------------------------------|----------------------------|------------------------------|------------|---------------------------------|---------------------------------------|
| Цемент | 2,6 | 0,25 | 12,3 | 3,69 | 18,84 | 975,11 | 18371,07 |
| Керамзит | 2,3 | 0,125 | 11,25 | 3,38 | 17,06 | 530,89 | 9056,98 |
| Итого | | | | | | | 27428,05 |

Определение объема капитала, необходимого для вложений в незавершенное производство, имеет особо важное значение. Чем больше средств оседает в незавершенном производстве, тем больше потребности в оборотных средствах, ниже их оборачиваемость и рентабельность. Для этого была определена продолжительность производственного цикла и рассчитаны коэффициенты затрат. Также был рассчитан норматив по готовой продукции.

Таблица 3

Совокупный норматив оборотных активов

| Наименование оборотных активов | Остаток на 01.01.2018 г. | Норматив | Отклонение от норматива |
|---------------------------------------|--------------------------|----------|-------------------------|
| Производственные запасы категории «А» | 28341,50 | 27428,05 | - 913,45 |
| Незавершенное производство | 2534,33 | 1625,34 | -908,99 |
| Готовая продукция | 35956,71 | 33014,8 | -2941,91 |
| Итого | 67732,54 | 62068,19 | -4764,35 |

Из таблицы следует, что остатки производственных запасов категории «А», незавершенного производства и готовой продукции выше нормативов. Это приводит к отвлечению денежных средств и замедлению их оборота. Ускорение оборачиваемости оборотных средств ведет к более эффективному использованию денежных и материальных ресурсов. Высвобожденные из процесса производства оборотные средства могут быть перенаправлены в другие сферы производства.

Большое внимание при анализе активов должно быть уделено дебиторской задолженности.

Таблица 4

Анализ динамики и структуры дебиторской задолженности по срокам возникновения

| № п/п | Классификация ДЗ по срокам возникновения | Сумма ДЗ, тыс. руб. | | Уд.вес, в % | | Изменения | |
|-------|--|---------------------|------------|-------------|------------|-----------|------------|
| | | 01.01.2017 | 01.01.2018 | 01.01.2017 | 01.01.2018 | в сумме | в уд.весах |
| 1 | 0-30 | 866 | 1200 | 2,88 | 3,77 | 334 | 0,89 |
| 2 | 30-60 | 4100 | 3400 | 13,66 | 10,68 | -700 | -2,98 |
| 3 | 60-90 | 3445 | 2595 | 11,47 | 8,15 | -850 | -3,32 |
| 4 | 90-120 | 3897 | 4600 | 12,98 | 14,45 | 703 | 1,47 |
| 5 | 120-150 | 4932 | 4922 | 16,43 | 15,46 | -10 | -0,97 |
| 6 | 150-180 | 2680 | 2400 | 8,93 | 7,54 | -280 | -1,93 |
| 7 | 180-360 | 3691 | 8200 | 12,29 | 25,76 | 4509 | 13,47 |
| 8 | 360 и выше | 6414 | 4510 | 21,36 | 14,17 | -1904 | -7,19 |
| | Итого | 30025 | 31827 | 100 | 100 | 1802 | |

В результате анализа динамики и структуры можно сделать вывод об увеличении дебиторской задолженности, возникшей более полугода назад. Для ее снижения было предложено введение скидок за ускорение расчетов. Для расчета обоснования скидок возьмем ООО «Технология» с высоким сроком задолженности.

Таблица 5

Расчет эффективности предоставления скидки

| N | Показатели | Предоставление скидки при предоплате | Без скидки, отсрочка 30 дней |
|----------|---|---|-------------------------------------|
| 1 | Индекс цен (при инфляции 0,33% в месяц) | x | 1,003 |
| 2 | Коэффициент падения покупательной способности денег | x | 0,997 |
| 3 | Потери от инфляции, руб. | x | 7785 |
| 4 | Потери от предоставления скидки (1,5%), руб. | 38925 | x |
| 5 | Оплата процента банковского кредита (25 % годовых), привлеченного при отсрочке платежа на 30 дней, руб. | x | 54062,5 |
| 6 | Доход от вложений (при рентабельности средств 7%), руб. | 15051 | x |
| 7 | Результат от предоставления скидки и использования кредита при предоставлении отсрочки | 53976 | 61847,5 |

При сравнении результатов от предоставления скидки и использования кредита при предоставлении отсрочки предоставление скидки размером в 1,5 % можно считать эффективным. Экономия средств составит 7871,5 руб.

Таким образом, общая сумма оборотных средств, высвобожденных в процессе нормирования и предоставления скидок дебиторам, составит 4772221,5 руб.

Список литературы

1. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности: учебное пособие/А.И. Алексеева, Ю.В. Васильев, А.В. Малеева, Л.И. Ушвицкий- 3-е изд., перераб. и доп. - М.: КНОРУС, 2011. - 712 с.
2. Мутovina А.А., Панова И.В. Пути совершенствования управления оборотными активами на примере предприятия, 2015.

© Н.А. Ермохина, 2018

УДК 331

**ПОВЫШЕНИЕ ФИНАНСОВОЙ САМОСТОЯТЕЛЬНОСТИ
МУНИЦИПАЛЬНЫХ ОБРАЗОВАНИЙ
НА ПРИМЕРЕ ГОРОДА БЕРЕЗНИКИ ПЕРМСКОГО КРАЯ**

П.А. ЕРШОВА

студент

Л.В. ФЕОФИЛАКТОВА

старший преподаватель кафедры экономики

Самарский государственный социально-педагогический университет

г. Самара

В статье рассмотрены способы повышения финансовой самостоятельности муниципальных образований, мероприятия, направленные на увеличение доходной части муниципальных образований.

Ключевые слова: Повышение эффективности и управления общественными финансами, межбюджетные трансферты, дотации, субсидии, субвенции, управление муниципальными финансами, мероприятия, направленные на увеличение доходной части и местного бюджета.

Распоряжением Правительства Российской Федерации от 30 декабря 2013 г. № 2593-р утверждена Программа повышения эффективности управления общественными (государственными и муниципальными) финансами на период до 2018 года. Целью этой Программы является эффективное, ответственное и прозрачное управление общественными финансами, что является важнейшим условием для повышения уровня и качества жизни населения, устойчивого экономического роста, модернизации экономики и социальной сферы и достижения других стратегических целей социально-экономического развития страны.

Для повышения эффективности использования межбюджетных трансфертов необходимы взаимоувязанные действия в двух направлениях - создание устойчивых предпосылок и стимулов к повышению эффективности расходов региональных и местных бюджетов и совершенствование структуры и порядка (методик) предоставления межбюджетных трансфертов.

Основным инструментом межбюджетного регулирования будут оставаться дотации на выравнивание бюджетной обеспеченности субъектов Российской Федерации.

При этом будет сведена к минимуму практика предоставления субсидий на софинансирование конкретных расходных обязательств.

Основным инструментом достижения целей предоставления субсидий будет оказание поддержки реализации государственных программ субъектов Российской Федерации и муниципальных программ, осуществление которых является необходимым условием достижения результатов соответствующих государственных программ Российской Федерации.

В среднесрочной перспективе будет существенно сокращено количество субвенций, предоставляемых бюджетам субъектов Российской Федерации на финансовое обеспечение переданных им отдельных государственных полномочий Российской Федерации. Основная часть указанных полномочий должна быть закреплена за субъектами Российской Федерации в качестве "собственных". При этом предусматривается предоставление из федерального бюджета единой субвенции бюджетам субъектов Российской Федерации на финансовое обеспечение переданных им отдельных полномочий [1].

В целях обеспечения сбалансированности и устойчивости бюджета города Березники, а так же повышения эффективности управления муниципальными финансами администрацией города Березники была разработана муниципальная программа «Управление муниципальными финансами города Березники».

Программа отражает деятельность финансового управления по формированию проекта бюджета города, организации его исполнения и составлению бюджетной отчетности.

Мероприятия Программы направлены на совершенствование механизмов управления муниципальными финансами и муниципальным долгом в целях обеспечения сбалансированности и устойчивости бюджета города.

Задачами этой Программы служат:

1. Организация планирования и исполнения бюджета города в рамках действующего бюджетного законодательства.
2. Организация ведения бюджетного учета и формирования бюджетной отчетности.
3. Обеспечение открытости и прозрачности информации о формировании и исполнении бюджета города.
4. Реализация всех закрепленных за муниципальным образованием «Город Березники» полномочий на основе полного и своевременного финансирования предусмотренных по бюджету города расходов.

5. Проведение консервативной долговой политики.

6. Обеспечение эффективной деятельности финансового управления.

Сроки и этапы реализации Программы - 2015-2019 годы.

По результатам исполнения Программы в период 2015-2016 годов были достигнуто следующее:

- соблюдены отношения размера резервного фонда администрации города к общему объему расходов бюджета города и сроки разработки проекта бюджета города, установленных Положением о бюджетном процессе города Березники;

- соблюдены сроки разработки проекта бюджета города, установленные Положением о бюджетном процессе города Березники;

- утверждена сводная бюджетная роспись, доведены ассигнования и лимиты бюджетных обязательств до главных распорядителей бюджетных средств в установленные законодательством сроки;

- соблюдено отношение объема дефицита бюджета города к общему годовому объему доходов без учета объема безвозмездных поступлений и (или) поступлений налоговых доходов по дополнительным нормативам отчислений.

В период 2015-2016 годов отмечаются следующие проблемы:

- Не выполнен план поступлений по НДФЛ и земельному налогу;

- Не в полном объеме освоены средства на строительство и реконструкцию объектов муниципальной собственности, целевые средства на переселение, текущие расходы бюджета;

- Наличие задолженности по текущему содержанию аппарата управления здравоохранения за счет субвенции из краевого бюджета;

- Наличие задолженности управления образования - долг по исполнительному листу.

За последние годы, в рамках проводимой в Российской Федерации бюджетной реформы, в городе Березники осуществлен целый комплекс мероприятий, направленных на

ие

Постановлением предусмотрен целый ряд мероприятий, направленных на увеличение доходной части бюджета города Березники: повышение размера платы за наем муниципального жилого фонда, разработка и утверждение отраслевых порядков определения нормативных затрат на оказание муниципальных услуг (выполнение работ), осуществление муниципального земельного контроля в целях проверки законности использования земельных участков, осуществление контроля за соблюдением предельного объема дефицита бюджета города, осуществление контроля за соблюдением предельного объема дефицита бюджета города [3].

Благодаря мероприятиям по увеличению доходной части местного бюджета бюджет города Березники в 2016 году был исполнен с профицитом.

В заключение можно сделать вывод, что комплекс мероприятий, направленных на увеличение доходной части бюджета города Березники продолжает реализовываться. Он способен повысить уровень фискальной автономии города, укрепить его доходную базу и обеспечить рост эффективности бюджетных расходов.

Список литературы

1. Постановление Правительства Российской Федерации от 30.12.2013 г. «Программа эффективности управления общественными (государственными и муниципальными) финансами на период до 2018 года».
2. Постановление администрации города Березники Пермского края от 20.10.2014 г. № 1689 «Об утверждении муниципальной программы «Управление муниципальными финансами города Березники».
3. Постановление администрации города Березники Пермского края от 04.08.2011 г. № 1056 «Об утверждении плана мероприятий, направленных на увеличение доходной части бюджета города и снижение по платежам в бюджет города Березники».

© П.А. Ершова, Л.В. Феофилактова, 2018

УДК 331

ПРОБЛЕМА ЗАНЯТОСТИ МОЛОДЕЖИ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

К.С. ЖАРКОВА

преподаватель

Е.С. НОВОСЕЛЬЦЕВА

студент

Самарский государственный университет путей сообщения

г. Самара

В данной статье анализируются проблемы молодежной занятости в РФ. Приводится анализ статистических данных по структуре занятости населения в экономике и его молодежному сегменту. Систематизируются причины молодежной безработицы. Предлагаются варианты решения выявленных проблем.

Ключевые слова: молодежь, занятость, проблемы.

На современном рубеже становления постиндустриального общества одной из наиболее важных общественных задач является проблема трудоустройства молодежи. На рынке отлично

Проблемы экономического

Должна проводиться корректировка политики в сфере занятости, пересматриваться законодательная основа, внедряться меры по введению дополнительных льгот для регионов с высоким уровнем безработицы среди молодежи.

Обязательным условием должно быть функционирование центров общественной и психологической помощи для молодежи, сотрудничество органов власти, центров занятости с молодежными организациями и движениями. Для увеличения значения занятости молодежи важна политическая и финансовая прочность, комплексный подход к решению проблемы. Лишь только общие воздействия всех уровней власти могут дать ощутимые результаты.

Следует обратить внимание на то, что безработица среди молодежи по сравнению с 2013 и 2015 годами, выросла на целых 7%.

Некоторые авторы считают, что не стоит верить статистике, потому что молодежь обращается к официальным структурам гораздо реже, нежели другие категории населения. Впрочем, по нашему мнению, эта позиция не является абсолютно верной, поскольку меньшее количество «не обращений» к официальным структурам связано не с тем, что молодежь трудоустроена, а с тем, что устроиться на работу неофициально оказывается на практике гораздо легче, нежели официально путем обращения в структуры. Также, еще одной из задач, по которой молодежь не обращается в центр занятости населения, считается распространенное мнение о том, что центр занятости производит поиск низкоквалифицированной работы. Данная проблема связана с тем, что работодатели стараются искать высококвалифицированных специалистов через специализированные частные агентства, либо по объявлению. Следовательно, для решения указанной проблемы следует налаживать связи центру занятости с работодателями, что, несомненно, поможет решить вышеуказанную дилемму.

Можно выделить несколько причин проблемы трудоустройства молодежи на современном рынке. Во-первых, это несоответствие уровню квалификации, который требует работодатель при приеме на работу: отсутствие опыта работы в конкретной сфере, неумение принимать правильные самостоятельные решения, недостаточность необходимых знаний.

Во-вторых, основная масса учащихся при поступлении в вузы не занимается анализом самых востребованных профессий, что приводит к отсутствию свободных вакансий при попытке трудоустройства.

В-третьих, основная масса учащихся стараются поступить на гуманитарные специальности, что собственно и приводит к избытку специалистов в одной сфере и недостатку в другой. В последние годы наблюдалось довольно мощное понижение потока абитуриентов при поступлении на технические специальности.

В-четвертых, это переход российских вузов на европейскую систему. Европейская система образования подразумевает первую ступень выпуска - это бакалавриат, а не специалитет, как это было ранее в России. Работодатели при приеме на работу осознают, что бакалавриат хоть и считается окончанным высшим образованием, однако освоенная профессия является какой-то «урезанной» в отличие от специалитета, что сильно сказывается на профессиональных навыках работника.

В-пятых, недоступность познаний или игнорирование норм Трудового кодекса самими кандидатами.

Следует обратить внимание на то, что большое количество работодателей отдают предпочтение таким работникам, которые заканчивали именно государственные вузы, а не частные. Работодатели считают, что выпускники государственных вузов получают гораздо лучшее образование, а в некоторых вузах даже навыки и опыт.

Трудоустройство еще во многом зависит от того, насколько хорошо вуз умеет наладить связи с работодателями и заняться его трудоустройством самостоятельно. Почти все вузы не

стремятся налаживать такие связи, тем самым практически лишая студента после окончания вуза сразу же получить работу в соответствии с полученной специальностью.

Не смотря на обозначенную дилемму, широкая судебная практика по ней не сформировалась, поскольку, практически во всех случаях, обращаясь к работодателям, лицо не оставляет письменного заявления о приеме на работу, а обходится обычным устным диалогом. Также, одной из причин указанной проблемы является и то, что, личность, получив отказ в приеме на работу, не интересуется причиной, не требует письменного обоснованного отказа работодателя с указанием конкретной причины, хотя данное право закреплено в статье 64 ТК РФ, тем самым, не защищая свои права.

Проведенное исследование существующей системы занятости молодежи в России решило получить надлежащие выводы теоретического и прикладного характера:

1. Молодежь считается интенсивной и импульсивной частью населения, вследствие этого она наименее защищенная. В зависимости от предпочтений, молодежь объединяется в движения или группы. Выделяют: агрессивную самодеятельность, эпатажную самодеятельность, альтернативную самодеятельность, социальную самодеятельность, политическую самодеятельность.

2. Обстановка занятости молодежи в 90-х годах в России, с переходом на рыночные дела, имела упадок и добивалась свежих реформ.

3. На практике ни одно правительство не имеет возможность гарантировать полное равенство стартовых возможностей молодых людей, но цветущая демократия предполагает выравнивание прав у различных групп молодежи.

4. Направления государственной молодежной политики в современном российском обществе - это трудоустройство молодежи, ее приспособление и подготовка к профессиональной деятельности.

По-нашему мнению, законодательство достаточно хорошо работает в сфере трудоустройства молодежи, неувязка же скрывается не в нем, а в самих претендентах на работу. Потому что они, не считая нужным прибегать к установленным нормам, игнорируют их, что дает возможность работодателю необоснованно отказывать таким лицам, что запрещается статьей 64 ТК РФ.

Учитывая все вышесказанное, следует сделать вывод о том, что для решения указанной проблемы необходима помощь страны не только на региональном уровне, но и на уровне районного самоуправления; проведение социальной политики по трудоустройству молодежи; налаживание связи вуза с возможными работодателями, уменьшение требований при приеме на работу, но и еще правовая грамотность тех лиц, которые желают устроиться на работу, не игнорирование ими общепризнанных мерок трудового законодательства.

Список литературы

1. Волонина Н.А. Безработица молодежи // Экономика, предпринимательство и право. - 2012. - № 1. - С. 14.
2. Дикусарова М. Ю. Вторичная занятость студентов как способ адаптации на рынке труда // Территория новых возможностей. Вестник Владивостокского государственного университета экономики и сервиса. - 2013. - № 3(21). - С. 177-182.
3. Жаркова, Н.Ю. Краткий статистический очерк тенденций современной экономики в контексте развития информационных технологий / К.С. Жаркова, Н.Ю. Жаркова // Наука и образование транспорту. 2017. № 1. С. 174-176
4. Жаркова Н.Ю. Исследование уровня жизни населения России и стран Европейского союза // Экономика труда. 2018. Т. 5. № 1. С. 285-294.
5. Жаркова, Н.Ю. Перспективная роль местного бюджета в решении социально-экономических задач администрации сельского поселения // Вестник СамГУПС. 2017. № 4 (38). С. 61-65.

6. Жолудева, В.А. Статистический анализ соотношения браков и разводов / Н.Ю. Жаркова, В.А. Жолудева // Актуальные вопросы развития России в исследованиях студентов: управленческий, правовой и социально-экономический аспекты Материалы XV Всероссийской научно-практической конференции. Ответственный редактор С.В. Нечаева. 2017. С. 264-267.

7. Мусавирова, З.А. Анализ динамики среднемесячной заработной платы и среднегодовой численности занятых в экономике Самарской области / Н.Ю. Жаркова, З.А. Мусавирова // Актуальные вопросы развития России в исследованиях студентов: управленческий, правовой и социально-экономический аспекты Материалы XV Всероссийской научно-практической конференции. Ответственный редактор С.В. Нечаева. 2017. С. 140-142.

8. Садыков Р. М. Социальная защита сельского населения. - М.: Издательство МГОУ, 2005. - 160с.

9. Якимова, А.В. Экономико-статистический анализ населения Самарской области / Н.Ю. Жаркова, А.В. Якимова // Актуальные вопросы развития России в исследованиях студентов: управленческий, правовой и социально-экономический аспекты Материалы XV Всероссийской научно-практической конференции. Ответственный редактор С.В. Нечаева. 2017. С. 307-309.

© К.С. Жаркова, Е.С. Новосельцева, 2018

УДК 331

АНАЛИЗ ПЕНСИОННОГО ВОЗРАСТА ПО РАЗЛИЧНЫМ КАТЕГОРИЯМ НАСЕЛЕНИЯ

Н.Ю. ЖАРКОВА

к.э.н., доцент

А.А. СЕРГЕЕВА

студент

Самарский государственный университет путей сообщения

г. Самара

В начале октября были внесены изменения сразу в несколько законов, посвященных различным видам пенсий. Появление новых категорий граждан, имеющих право на досрочную пенсию; правила переходного периода; введение периодов отсрочки для тех, кто получает пенсию независимо от возраста (при выработке определенного стажа). Возраст, в котором человек будет получать право на страховую пенсию по старости, в общем случае увеличен на 5 лет. В этом же возрасте будет назначаться страховая пенсия по случаю потери кормильца супругам, родителями, бабушкам и дедушкам умершего кормильца. Социальная пенсия по старости будет назначаться женщинам в возрасте 65-ти лет и мужчинам в возрасте 70-ти лет. Категория лиц, которые вправе выходить на заслуженный отдых раньше срока. Это женщины и мужчины, чей страховой стаж составляет не менее 37 и 42 лет соответственно. Есть поправки для родителей, многодетных матерей, а также и опекунов инвалидов. Повышен пенсионный возраст для мужчин и женщин, проработавших не менее 15 календарных лет в районах Крайнего Севера, либо не менее 20 календарных лет в приравненных к ним местностях.

Ключевые слова: пенсионный возраст; страховые пенсии; страховой стаж; льгота; переходный период; отсрочка; женщины; мужчины; досрочная пенсия.

В начале октября были внесены изменения сразу в несколько законов, посвященных различным видам пенсий (поправки утверждены Федеральным законом от 03.10.2018 г. № 350-ФЗ, далее - Закон № 350-ФЗ). Появились новые категории граждан, имеющие право на досрочную пенсию, стали доступны правила переходного периода и были введены периоды отсрочки для тех, кто получает пенсию независимо от возраста (при выработке определенного стажа).

Страховая пенсия по старости и по случаю потери кормильца

Возраст, в котором человек получает право на страховую пенсию по старости, увеличен на 5 лет для женщин и мужчин. С 2019 г. пенсионный возраст для мужчин составит 65 лет, а для женщин - 60 лет (новая редакция ч. 1 ст. 8 Федерального закона от 28.12.2013г. № 400-ФЗ «О страховых пенсиях»; далее - Закон о страховых пенсиях). В этом же возрасте будет назначаться страховая пенсия по случаю потери кормильца супругам, родителями, бабушкам и дедушкам умершего кормильца (п. 3 и п. 4 ч. 2 ст. 10 Закона о страховых пенсиях). Предусмотрен переходный период, который продлится до 2028 г. В течение этого времени будет применяться прежний пенсионный возраст (женщины - 55 лет, мужчины - 60 лет), но увеличенный на определенное количество месяцев (от 12 месяцев до 60 месяцев). В 2028 г. выйдут на пенсию мужчины 1963 г. рождения в возрасте 65 лет и женщины 1968 г. рождения в возрасте 60 лет. Все значения, утвержденные для переходного периода, приведены в табл. 1.

Таблица 1

Пенсионный возраст, установленный для переходного периода

| Год выхода на пенсию | Пенсионный возраст | |
|----------------------|--------------------|---------|
| | Мужчины | Женщины |
| 2020 | 61 год | 56 лет |
| 2022 | 62 года | 57 лет |
| 2024 | 63 года | 58 лет |
| 2026 | 64 года | 59 лет |
| 2028 и последующие | 65 лет | 60 лет |

Следует заметить, что для тех, кто по действующим до конца 2018 г. правилам должен был выйти на пенсию в период с 1 января 2019 г. по 31 декабря 2020 г., введена дополнительная льгота. Они смогут оформить страховую пенсию по старости на шесть месяцев раньше, чем наступит новый пенсионный возраст, указанный в приложении 6 к Закону о страховых пенсиях. Так, человек, который на основании положений переходного периода (табл. 1) получает право выйти на пенсию в январе 2020 г, сможет оформить ее уже в июле 2019 г.

Таблица 2

Пенсионный возраст для тех, кто должен был выйти на пенсию

| Год выхода на пенсию | Год рождения | | Пенсионный возраст | |
|----------------------|------------------------|------------------------|--------------------|---------------|
| | Мужчины | Женщины | Мужчины | Женщины |
| 2019 (II полугодие) | 1959 (I полугодие) | 1964 (I полугодие) | 60 лет 6 мес. | 55 лет 6 мес. |
| 2020 (I полугодие) | 1959 (II полугодие) | 1964 (II полугодие) | 60 лет 6 мес. | 55 лет 6 мес. |
| 2021 (II полугодие) | 1960 (I полугодие) | 1965 (I полугодие) | 61 год 6 мес. | 56 лет 6 мес. |
| 2022 (I полугодие) | 1960 (II полугодие) | 1965 (II полугодие) | 61 год 6 мес. | 56 лет 6 мес. |

Социальная пенсия по старости

Пенсионный возраст увеличен для граждан, получающих социальную пенсию по старости на основании Федерального закона от 15.12.2001г. № 166-ФЗ «О государственном пенсионном обеспечении в Российской Федерации». Напомним, что социальная пенсия по старости положена лицам, у которых нет прав на страховую пенсию. Это те граждане пожилого возраста, у которых выход на пенсию не зависит от стажа: женщины с 60 лет и мужчины с 65 лет.

Так как, с 2019 г. общий возраст выхода на пенсию увеличился на 5 лет, отсюда следует что, социальная пенсия по старости будет назначаться женщинам в возрасте 65-ти лет и мужчинам в возрасте 70-ти лет.

Здесь, как и в случае со страховыми пенсиями, предусмотрен переходный период. В течение этого времени будет применяться прежний пенсионный возраст (женщины - 60 лет, мужчины - 65 лет), но он будет увеличен на определенное количество месяцев. Так, в 2020 г. возраст для оформления социальной пенсии составит 61 год и 66 лет, в 2022 г. - 62 года и 67 лет, в 2024 г. - 63 года и 68 лет, в 2026 г. - 64 года и 69 лет, начиная с 2028 г. - 65 и 70 лет (женщины и мужчины соответственно). Лица, которые в 2019 - 2020 гг. по действующим до конца 2018 г. правилам достигнут возраста, дающего право на социальную пенсию, смогут оформить ее на шесть месяцев раньше, чем предусмотрено переходными положениями.

Досрочный выход на пенсию

Комментируемый закон внес ряд изменений, касающихся лиц, которые имеют право на досрочное получение страховой пенсии по старости. Данные новшества вступают в силу в 2019 г.

Во-первых, появилась новая категория лиц, которые вправе выходить на заслуженный отдых раньше срока. Это женщины и мужчины, чей страховой стаж составляет не менее 37 и 42 лет соответственно. Они смогут оформить пенсию на два года раньше общеустановленно-го пенсионного возраста, но не ранее, чем в 55 лет (женщины) и 60 лет (мужчины).

Во-вторых, есть нововведения для категорий граждан, которым положена страховая пенсия это: шахтеры, трактористы-машинисты, педагоги и др. Сейчас люди данных профессий могут выйти на пенсию досрочно, если их индивидуальный пенсионный коэффициент составляет не менее 30. С 2019 г. появится оговорка: досрочная страховая пенсия возможна для тех, чей коэффициент равен 30 и более по состоянию на 31 декабря 2018 года. Возраст для оформления накопительной пенсии для данных лиц останется неизменным.

В-третьих, внесены изменения в порядок назначения пенсий для лиц, отработавших педагогами в детских учреждениях не менее 25 лет и для лиц, занимавшихся деятельностью по охране здоровья в лечебных учреждениях (не менее 25 лет в сельской местности и не менее 30 лет в городах). Они также будут иметь право на досрочную страховую пенсию независимо от возраста (при наличии указанного стажа). Но пенсию назначат только по истечении определенного периода, который отсчитывается с момента приобретения необходимого стажа. Если право на пенсию возникло в 2019 г., то период отсрочки составит 12 месяцев, в 2020 г. - 24 месяца, в 2021 г. - 36 месяцев, в 2022 г. - 48 месяцев, начиная с 2023 г. - 60 месяцев. Это означает, что если педагог или медработник выработает необходимый стаж в 2021 году, то выйти на пенсию он сможет лишь через 36 месяцев, то есть в 2024 году. Что касается лиц, которые приобретут необходимый стаж в 2019 и 2020 годах, то они смогут оформить пенсию на шесть месяцев раньше, чем это предусмотрено в новом приложении 7 к Закону о страховых пенсиях (п. 3 ст. 10 комментируемого Закона № 350-ФЗ). Другими словами, если педагог или медработник выработает необходимый стаж в 2019 году, то ему назначат пенсию через полгода. А те, кто приобретает указанный стаж в 2020 году, начнут получать пенсию через полтора года.

В-четвертых, предусмотрены особенности назначения пенсий лицам творческих профессий, отработавших на сцене не менее 15 - 30 лет (в зависимости от характера деятельности). Сейчас люди творческих профессий могут выходить на пенсию по достижении возраста 50-55 лет (в зависимости от характера деятельности), либо независимо от возраста. С 2019 г. возрастная планка повысится до 55-60 лет с учетом правил переходного периода. А для тех, кто вправе получать пенсию независимо от возраста вводится отсрочка, которая отсчитывается с момента

Проблемы экономического развития отраслей народного хозяйства

приобретения необходимого стажа. При этом те, кто по действующим до конца 2018 г. правилам должны были выйти на пенсию в 2019 - 2020 гг., смогут стать пенсионерами на шесть месяцев раньше предусмотренного для этой категории граждан нового пенсионного возраста.

В-пятых, есть поправки для родителей, многодетных матерей, а также опекунов инвалидов (табл. 3).

В-шестых, повышен пенсионный возраст для мужчин и женщин, проработавших не менее 15 календарных лет в районах Крайнего Севера, либо не менее 20 календарных лет в приравненных к ним местностях. Сейчас женщины, если их страховой стаж составляет не менее 20 лет, выходят на пенсию в возрасте 50 лет. Мужчины, если их страховой стаж составляет не менее 25 лет, выходят на пенсию в возрасте 55 лет. С будущего года возрастная планка будет повышена до 55 и 60 лет соответственно с учетом правил переходного периода (новая редакция п. 6 ч. 1 ст. 32 Закона о страховых пенсиях, новое приложение 6 к этому закону).

Таблица 3

**Поправки для родителей, многодетных матерей, а также опекунов инвалидов
(вступают в силу с 2019 года)**

| Суть поправки | Соответствующая норма закона |
|---|--|
| Для следующей категории граждан досрочный выход на пенсию и накопительная пенсия происходит по тем же правилам, что и в 2018 году: опекуны (или лица, являвшиеся опекунами) инвалидов с детства, воспитавшие их до возраста 8 лет, если страховой стаж таких лиц не менее 20 лет для мужчин и не менее 15 лет для женщин. Таким лицам возраст выхода на пенсию уменьшается на один год за каждые один год и шесть месяцев опеки, но не более чем на пять лет. При этом зафиксировано, что уменьшать нужно будет действовавший до 2019 года общий возраст выхода на пенсию (55 лет для женщин и 60 лет для мужчин) | новая редакция п. 1 ч. 1 ст. 32 Закона о страховых пенсиях, новая редакция ст. 6 Закона о накопительных пенсиях |
| Следующие категории граждан получают право на досрочную страховую пенсию при условии, что их индивидуальный пенсионный коэффициент составляет не менее 30: - женщины, родившие 4-х детей и воспитавшие их до возраста 8 лет, достигшие 56 лет, если их страховой стаж не менее 15 лет; - женщины, родившие 3-х детей и воспитавшие их до возраста 8 лет, достигшие 57 лет, если их страховой стаж не менее 15 лет. Возраст для оформления накопительной пенсии останется таким же, как в 2018 году | новые п. 1.1 и п. 1.2 ч. 1 статьи 32 Закона о страховых пенсиях, новая редакция ст. 6 Закона о накопительных пенсиях |
| При определении права родителей на досрочную страховую пенсию не учитываются дети, в отношении которых было принято решение о лишении родительских прав или отмене усыновления | новая ч. 3 ст. 32 Закона о страховых пенсиях |

При этом введена дополнительная льгота для лиц, которые по действующим до конца 2018 г. правилам могли начать получать пенсию в 2019 - 2020 гг. Страховая пенсия для них может быть оформлена за шесть месяцев до наступления указанного нового пенсионного возраста. Возраст для оформления этим лицам накопительной пенсии останется таким же, как в 2018 г.

Повышение пенсионного возраста приведет к повышению размера пенсий при большем количестве занятого населения старшего возраста. Это значительно увеличит экономическую активность и участие в занятости российских женщин и мужчин. Также на законодательном уровне должны закрепить гарантию трудовой занятости пенсионеров на прежней должности. Создать новые рабочие места для молодых специалистов, так как большая часть рабочих

мест будет занято пожилыми людьми. Также пенсионный возраст зависит от уровня жизни, но так как в разных субъектах РФ он варьируется, нужно рассматривать пенсионный возраст отдельно в каждом субъекте РФ в зависимости от уровня жизни.

Список литературы

1. Абрамова, Д.Д. Статистика применения информационно-компьютерных технологий в РФ / К.С. Жаркова, Д.Д. Абрамова // СТАТИСТИКА В ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКЕ: ОБУЧЕНИЕ И ИСПОЛЬЗОВАНИЕ материалы международной научно-практической конференции. 2018. С. 117-120.
2. Волик, Е.С. Краткий статистический анализ инвестиционной привлекательности Самарского региона / К.С. Жаркова, Волик Е.С., Татаринцев С.Д. // Тенденции развития науки и образования. 2016. № 21-3. С. 22-24.
3. Жаркова, К.С. Краткий статистический очерк тенденций современной экономики в контексте развития информационных технологий / К.С. Жаркова, Н.Ю. Жаркова // Наука и образование транспорту. 2017. № 1. С. 174-176
4. Жаркова, К.С. Статистическое исследование уровня развития сферы ИКТ России и Европы // Экономика и предпринимательство. 2017. № 12-1 (89). С. 1105-1108.
5. Каткова, И.Н. Методы прогнозирования возможного банкротства предприятия / К.С. Жаркова, И.Н. Каткова // Актуальные вопросы развития России в исследованиях студентов: управленческий, правовой и социально-экономический аспекты Материалы XV Всероссийской научно-практической конференции. Ответственный редактор С.В. Нечаева. 2017. С. 38-39.
6. Никифорова, Е.В. Экономико-статистический подход к анализу рынка труда в Самарской области / К.С. Жаркова, Е.В. Никифорова, К.Р. Сулейманова // Тенденции развития науки и образования. 2016. № 21-3. С. 24-26.
7. Семёнкина, М.А. Статистическое исследование безработицы в Самарской области / К.С. Жаркова, М.А. Семёнкина // Актуальные вопросы развития России в исследованиях студентов: управленческий, правовой и социально-экономический аспекты Материалы XV Всероссийской научно-практической конференции. Ответственный редактор С.В. Нечаева. 2017. С. 152-154.
8. Языкова, А.С. Региональные различия в развитии малого бизнеса в Приволжском федеральном округе / К.С. Жаркова, А.С. Языкова // Актуальные вопросы развития России в исследованиях студентов: управленческий, правовой и социально-экономический аспекты Материалы XV Всероссийской научно-практической конференции. Ответственный редактор С.В. Нечаева. 2017. С. 100-102.
9. http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_308156/

© Н.Ю. Жаркова, А.А. Сергеева, 2018

УДК 338

ИСТОЧНИКИ ФИНАНСИРОВАНИЯ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ

К.А. ЖДАНОВА

студент

Самарский государственный экономический университет

г. Самара

Статье раскрыты особенности финансирования инвестиционной деятельности и проведен анализ структуры инвестиций в основной капитал в российской экономике.

Ключевые слова: инвестиции, инвестиционная деятельность, источники финансирования

Инвестиционная деятельность - необходимая и существенная часть финансово-экономической деятельности хозяйствующих субъектов. Для реализации данной деятельности необходимы инвестиционные ресурсы, формируемые за счет источников финансирования.

Источники финансирования классифицируют следующим образом (см. рисунок).



Рис. Источники финансирования инвестиционной деятельности предприятий

В таблице 1 представлены данные об инвестициях в основной капитал за период с 2010 по 2017 г.¹

Инвестиции в основной капитал в Российской Федерации

| Годы | Миллионов рублей |
|------|------------------|
| 2010 | 9152096 |
| 2011 | 11035652 |
| 2012 | 12586090,4 |
| 2013 | 13450238,2 |
| 2014 | 13902645,3 |
| 2015 | 13897187,7 |
| 2016 | 14748846,9 |
| 2017 | 15966803,9 |

Анализируя данные таблицы можно сделать вывод, что инвестиции в собственный капитал в период с 2010-2017 г. имеют тенденцию роста (в 2016 г. по сравнению с 2017 г. рост составил 1 217 957).

В структуре привлеченных инвестиций значительную часть занимают бюджетные средства (1855,1 млрд. руб.), хотя их доля за рассматриваемый период сократилась (с 19,5 % до 16,3 %).

¹ Федеральная служба государственной статистики.

Таким образом, можно сделать вывод, что собственный капитал - это оптимальный источник финансирования инвестиций. Проблема в том, что собственных средств чаще всего недостаточно для инвестиционной деятельности. Поэтому в настоящее время стоит задача поведения ряда мероприятий, способствующих повышению инвестиционной активности организаций (развитие территориальной инвестиционно-финансовой инфраструктуры, налоговое стимулирование роста коммерческого кредитования, широкое использование лизинга и т.д.).

Список литературы

1. Наумова, О.А. К вопросу об инвестиционной активности предприятий / О.А. Наумова // Наука XXI века: актуальные направления развития. - 2016 г. - № 2-2. - С.90-91.
2. Федеральная служба государственной статистики: [http://www.gks.ru/]

© К.А. Жданова, 2018

УДК 338

**МЕТОДИКА АНАЛИЗА ПОТЕНЦИАЛА ПРЕДПРИЯТИЯ
НА РЫНКЕ ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ**

А.Н. КАДИЛЕНКО

кандидат экономических наук, доцент

Самарский государственный социально-педагогический университет

г. Самара

В статье представлена статистика развития электронной коммерции в России, предложена методика анализа потенциала предприятия на рынке электронной коммерции.

Ключевые слова: потенциал предприятия, электронная коммерция, аудит сайта.

Объем российского рынка интернет-торговли в 2017 году составил 1150 млрд руб., при этом, 37% - это трансграничная торговля (большая часть которых - посылки с Aliexpress) [3]. Оборот всей розничной торговли в РФ в 2017 году - 29813 млрд руб. по данным Федеральной службы государственной статистики [5]. Исходя из этих данных, объем электронной коммерции в России в 2017-м году составил всего 3,86 % от общего объема розничных продаж.

Центром электронной коммерции страны является Москва (см. таблицу 1).

Таблица 1
Региональное распределение рынка интернет-торговли согласно данным АКИТ* [4]

| Субъекты Российской Федерации | Доля, % |
|---|----------------|
| Москва | 31,3 |
| Санкт-Петербург и Ленинградская область | 11,3 |
| Московская область | 7,5 |
| Краснодарский край | 3,2 |
| Свердловская область | 2,7 |

| Субъекты Российской Федерации | Доля, % |
|-------------------------------|---------|
| Тюменская область | 2,6 |
| Самарская область | 2,3 |
| Республика Татарстан | 2,1 |
| Ростовская область | 2,0 |
| Другие регионы | 35,0 |

* АКИТ - ассоциация компаний интернет-торговли, созданная в 2012 г.

Значительную долю оборота имеют также Петербург и Московская область. Суммарно эти три региона занимают половину всего объема рынка. Также следует отметить, что сохраняется тенденция, начатая еще в 2016 году: региональная онлайн-торговля растет активнее, чем объем интернет-продаж в центральной России.

Рынок электронной коммерции в РФ является рынком с большим потенциалом для роста. По данным статистики 2017 г. 59% россиян или около 84 млн чел. пользуются им. Для Европейского союза средний уровень вовлеченных потребителей в онлайн составляет 77%. Если Россия достигнет такого же показателя, то это добавит около 26 млн новых интернет-пользователей. Вместе с ростом вовлеченности количества пользователей будет расти и рынок электронной торговли [6].

Продажа собственных товаров и услуг через Интернет - основной способ коммерческого использования сайтов для большинства производственных и торговых предприятий. Компания создает сайт и размещает на нем информацию о своих товарах и услугах, ценах и гарантиях для покупателей, затем она старается привлечь посетителей и показать им эту информацию.

Интернет стал основным источником информации для огромного числа потенциальных покупателей. Все больше и больше людей, прежде чем совершить какую-либо крупную покупку, ищут в Сети информацию о производителях и продавцах необходимого им товара. Изучив альтернативные предложения продавцов, потребители делают осознанный выбор, который заканчивается сделкой. Все больше потребителей предпочитают Интернет-магазины, благодаря удобству выбора продукции и совершения покупки, экономии времени, полноте информации о товарах и большому ассортименту.

Компании, делающие ставку на Интернет как основной канал продаж, имеют возможность экономить на строительстве магазинов, содержании продавцов. Однако прежде чем приступить к разработке технического задания организации Интернет-магазина необходимо убедиться, что предприятие имеет к этому потенциал. Были изучены существующие методики анализа потенциала предприятий [1], [2] и на основе их были разработаны параметры оценки потенциала предприятия в сфере электронной коммерции (см. таблицу 2).

Предложены следующие составляющие анализа потенциала предприятия:

1. Оценка ресурсов организации:
 - кадровые ресурсы;
 - интеллектуальные ресурсы;
 - материальные ресурсы.
2. Оценка Интернет-технологий, используемых в деятельности предприятия:
 - инструменты Интернет-маркетинга;
 - инновационный потенциал;
 - аудит существующего веб-сайта.
3. Оценка финансового потенциала:
 - анализ финансовой устойчивости (определение типа устойчивости);
 - анализ показателей финансово-хозяйственной деятельности предприятия.

Методика анализа потенциала предприятия в сфере электронной коммерции

| Составляющие анализа | Параметры оценки |
|---|---|
| 1. Оценка ресурсов организации | |
| 1.1. Кадровые ресурсы | Квалификационная составляющая: уровень образования, трудовых навыков, профессиональная компетентность, способность к обучению, способность активно продвигать товары и услуги предприятия, способность проводить мониторинг деятельности электронного ресурса. |
| | Социально-демографическая составляющая: возраст, пол. |
| | Психофизиологическая составляющая: состояние здоровья, работоспособность, выносливость, способности и склонности человека, тип нервной системы и другое. |
| | Личностная составляющая: отношение к труду, дисциплинированность, активность, ценностные ориентации, мотивированность, вовлеченность в деятельность, стрессоустойчивость. |
| | Обеспеченность организации кадрами, текучка кадров, ротация, кадровый резерв. |
| 1.2. Интеллектуальные ресурсы | Базовая составляющая: используемые технологии, патенты, лицензии, способность решать нестандартные задачи. |
| | Инновационная составляющая: новизна (уникальность) предоставляемых товаров/услуг, новизна используемых технологий, способность действовать в нестандартных ситуациях. |
| 1.3. Материальные ресурсы | Материально-техническое обеспечение предприятия (собственные и арендованные торговые и складские здания, сооружения, транспортная техника и пр.) |
| 2. Оценка Интернет-технологий, используемых в деятельности предприятия | |
| 2.1. Инструменты Интернет-маркетинга | Использование интернет-технологий в деятельности предприятия; модель интеграции предприятия в электронный бизнес; использование интернет-маркетинга в деятельности организации (интернет-рекламы, e-mail-маркетинга, маркетинга социальных связей, мобильного маркетинга, деловая активность предприятия в сети Интернет и пр.) |
| 2.2. Инновационный потенциал | Кадровая и организационная составляющая: наличие руководителей, заинтересованных в применении инноваций; персонал, имеющий образование в области электронной коммерции; специалисты в сфере маркетинга, планирования и прогнозирования потребительского спроса; опыт управления интернет-магазином; стратегическое управление организацией. |
| 2.3. Аудит веб-сайта (при наличии) | Анализ и оценка юзабилити (удобства) и дизайна сайта (кроссбраузерность сайта; процесс заказа; цветовое восприятие; качество дизайна: привлекательность, единообразие, соответствие принципам дизайна; навигация по сайту; контент: отображение текстовой и графической информации); |
| | Поисковый аудит сайта (присутствие сайта в поисковом индексе, корректность индексации, конкуренты в поиске по ключевым запросам, позиции сайта в поисковых системах, уникальность текстов); |
| | Маркетинговый аудит сайта (доменное имя, контактная информация (в т.ч. наличие формы обратной связи, прайс-листов), целевая аудитория, привлекательность контента для посетителей сайта, сравнительный анализ сайта предприятия с сайтами прямых конкурентов методом экспертных оценок); |
| | Технический аудит сайта (трафик, надежность, безопасность). |
| 3. Оценка финансового потенциала | |
| 3.1. Анализ финансовой устойчивости (определение типа устойчивости) | Абсолютная устойчивость финансового состояния/ нормальная финансовая устойчивость/ неустойчивое финансовое состояние/ кризисное финансовое состояние. |
| 3.2. Анализ показателей финансово-хозяйственной деятельности предприятия | Показатели в динамике за ряд лет: выручка от реализации товаров и услуг; себестоимость продаж; прибыль от реализации; рентабельность продаж. |

Используя данную методику анализа потенциала, предприятие сможет оценить находящиеся в его распоряжении ресурсы, имеющие определяющее значение для возможностей роста и определения границ функционирования предприятия в условиях электронного рынка.

Список литературы

1. Анализ потенциала образовательной организации URL: <http://www.eduportal44.ru/koiro/dno/PI/DocLib12/%D0%A2%D0%B5%D0%BC%D0%B0%207.7.%20%D0%90%D0%BD%D0%B0%D0%BB%D0%B8%D0%B7%20%D0%BF%D0%BE%D1%82%D0%B5%D0%BD%D1%86%D0%B8%D0%B0%D0%BB%D0%B0%20%D0%BE%D1%80%D0%B3%D0%B0%D0%BD%D0%B8%D0%B7%D0%B0%D1%86%D0%B8%D0%B8.aspx?PageView=Shared> (дата обращения: 03.12.2018).
2. Методика анализа потенциала предприятия. Некоммерческое партнерство «Международный центр инжиниринга и инноваций», Москва, 2016. URL: <http://rci72.ru/media/document/797284са9ас34f1d96de96743913a3eb.pdf> (дата обращения: 03.12.2018).
3. Наумкин М. Какой станет электронная коммерция в 2018 году и далее? URL: <https://www.shopolog.ru/metodichka/analytics/kakoy-stanet-elektronnaya-kommerciya-v-2018-godu-i-dalee/> (дата обращения: 03.12.2018).
4. Рынок интернет-торговли в 2017 году URL: <http://e-pepper.ru/news/rynok-internet-torgovli-v-2017-godu-dannye-akit.html> (дата обращения: 03.12.2018).
5. Федеральная служба государственной статистики: оборот розничной торговли по Российской Федерации с 2004 по 2017 гг. URL: http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/enterprise/retail/# (дата обращения: 03.12.2018).
6. Хаванова Н.В., Бокарева Е.В. Анализ мирового и российского рынка электронной торговли: тенденции и проблемы развития // Сервис в России и за рубежом. - 2017. - № 3(73). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/analiz-mirovogo-i-rossiyskogo-rynka-elektronnoy-torgovli-tendentsii-i-problemy-razvitiya> (дата обращения: 03.12.2018).

© А.Н. Кадиленко, 2018

УДК 338

**СПЕЦИФИКА ТОВАРИЩЕСТВА СОБСТВЕННИКОВ ЖИЛЬЯ
И ЕЕ УЧЕТ ПРИ ОРГАНИЗАЦИИ СЕРВИСНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

Д.Р. КАМАЛЕТДИНОВА

студент

Научный руководитель

А.Н. КАДИЛЕНКО

кандидат экономических наук, доцент

Самарский государственный социально-педагогический университет

г. Самара

В статье рассмотрены специфические черты товарищества собственников жилья (ТСЖ), этапы его создания, отражены различия способов управления многоквартирным домом, приведены результаты оценки удовлетворенности жильцов сервисной деятельностью ТСЖ.

Ключевые слова: товарищество собственников жилья, сервисная деятельность, управление многоквартирным домом.

Организация работы службы сервиса в сфере жилищно-коммунального хозяйства имеет определенные особенности. Товарищества собственников жилья (ТСЖ) - это один из спо-

собов управления комплексом имущества в многоквартирном доме, а также обеспечение эксплуатации этого комплекса [4]. Объединение в такую форму давно известно в современном обществе и пользуется популярностью среди новостроек.

Специфические черты ТСЖ:

- отсутствие паевых отношений, так как ТСЖ - это объединение собственников жилья;
- члены ТСЖ не обязаны покрывать образовавшиеся у товарищества убытки за счет дополнительных взносов;
- цель создания ТСЖ - управление многоквартирным домом и обеспечение пользования общим имуществом;
- сервисная деятельность ТСЖ основана на самостоятельном выборе, т.е. часто бывает так, что оказание услуг происходит между жильцами-собственниками [1].

Также следует отметить важный факт, ТСЖ - это некоммерческое объединение, вся сервисная деятельность производится лишь в интересах жильцов.

Отметим 3 фактора создания ТСЖ:

- 1) ТСЖ может быть создано в любом многоквартирном доме (МКД);
- 2) ТСЖ может быть создано при объединении нескольких МКД;
- 3) ТСЖ создается при объединении нескольких расположенных близко зданий, строений или сооружений - жилых домов, предназначенных для проживания одной семьи, дачных домов с приусадебными участками или без них, гаражами и другими расположенными на общем земельном участке или нескольких соседних земельных участках объектами, сетями инженерно-технического обеспечения и другими элементами инфраструктуры [6].

Поэтапные моменты создания ТСЖ представлены в таблице 1.

Таблица 1

Этапы создания ТСЖ [6]

| № | Наименование этапа | Содержание этапа |
|---|--|--|
| 1 | Сбор информации/организация собрания собственников жилья | Необходимо собрать информацию о количестве собственников жилья в данном объекте. Далее производится организация собрания жильцов. Подготавливаются уведомления, где указываются: время, место, вопросы на повестке дня, инициативные лица. Данные уведомления направляются каждому собственнику жилья, включая и нежилые помещения, заказным письмом или вручаются под расписку лично каждому. На собрании выявляются активные граждане, и создается инициативная группа, которая впоследствии занимается организационными вопросами. |
| 2 | Проведение общего открытого собрания жильцов | Собрание проводится в очной и заочной формах. Очная форма включает в себя голосование жильцов за или против создания ТСЖ, утверждение его устава, а также выбираются члены правления ТСЖ и ревизионная комиссия (ревизор) ТСЖ. Решение общего собрания, принятое в установленном порядке, является обязательным для всех домовладельцев, в том числе для тех, которые независимо от причин не приняли участия в голосовании. Заочная форма представляет собой самостоятельное заполнение бланков вне собрания. Результаты голосования вывешиваются на информационной доске дома. |

| № | Наименование этапа | Содержание этапа |
|---|--|--|
| | | Такой вариант голосования может быть применен для большого многоквартирного дома, когда не представляется возможным собрать большинство собственников одновременно в одном помещении, а также в случаях, когда в ходе проведения общего собрания выработаны решения, но для вступления их в законную силу не хватило кворума. |
| 3 | Утверждение ТСЖ | Утверждение ТСЖ происходит путем утверждения устава. При условии, что более 50% всех собственников присутствуют и участвуют в голосовании. |
| 4 | Регистрация ТСЖ | Регистрация ТСЖ происходит в Федеральной налоговой службе (ФНС). В регистрирующий орган предоставляют следующее: - заявление о государственной регистрации (форма №11001); - протокол общего собрания (с результатами голосования); - устав ТСЖ в 2 экземплярах; - квитанция об оплате госпошлины. |
| 5 | Открытие банковского счета и отправка уведомлений о создании ТСЖ | После регистрации товарищества необходимо открыть счет ТСЖ в банке и предоставить данные о создании товарищества прежнему балансодержателю дома. Передача дома в управление ТСЖ осуществляется специально созданной комиссией, с участием представителей муниципалитета и органов управления ТСЖ. |
| 6 | Проведение собрания с собственниками | Чаще всего на первом собрании ТСЖ решаются вопросы организационного характера (например, каких выбрать поставщиков услуг). |
| 7 | Заключение договоров с поставщиками услуг | Созданное и зарегистрированное ТСЖ вправе заключать договоры с организациями-поставщиками коммунальных услуг и специализированными подрядными организациями, действуя от имени собственников многоквартирного дома, а также начислять соответствующие платежи за оказание жилищных и коммунальных услуг собственникам, арендаторам и нанимателям помещений дома, в соответствии с действующим законодательством. |

Если рассматривать ТСЖ в договорных отношениях, то оно выступает как посредник между собственниками квартир и ресурсоснабжающими компаниями - подрядчиками. Сервисная деятельность организовывается в соответствии с договором. Часто определенные виды работ могут выполняться самостоятельно без подрядчиков. Эта специфика организации работы интересна для многих, поэтому в целях экономии жильцы склонны к созданию ТСЖ.

Важно понимать различия способов управления многоквартирным домом, что отражено в таблице 2.

Таблица 2

Различия способов управления многоквартирным домом [5]

| Способ управления | Непосредственное управление | ТСЖ, ЖК | Управляющие организации |
|---|--|--|---|
| Заключение договоров с организациями - поставщиками ЖКУ | Договоры на коммунальные услуги заключаются с каждым собственником помещения отдельно, в договорах на поставку жилищных услуг одной стороной договора выступают все собственники | Заключаются ТСЖ, ЖК с организациями - поставщиками ЖКУ | Заключаются управляющими организациями с поставщиками ЖКУ |

| Способ управления | Непосредственное управление | ТСЖ, ЖК | Управляющие организации |
|---|--|---|--|
| Заклучение договора управления многоквартирным домом | Заклучения договора не требуется | Заклучаются с каждым собственником, если такое решение принято на общем собрании. Заклучение договоров не обязательно, так как функции по управлению домом прописаны в Уставе ТСЖ и протоколе общего собрания собственников, на котором принято решение создать ТСЖ (ЖК). | Заклучается с каждым собственником отдельно |
| Обучение персонала Затраты на обучение персонала | Может потребоваться, если собственники выберут из своего состава представителя по доверенности для ведения дел. Могут быть. | Имеет место, если в органы управления выбраны лица - не профессионалы в области управления многоквартирным домом Могут быть. | Не предполагается, так как управляющие компании работают на профессиональной основе. Нет. |

Сервисная деятельность ТСЖ подразумевает четкую ориентировку на законодательство Российской Федерации, которое устанавливает область влияния данных компаний, а также регулирует их взаимосвязь с иными государственными органами, занимающимися вопросами руководства.

Деятельность ТСЖ регулируется Гражданским кодексом Российской Федерации часть 1, статья 291 (ГК РФ) и Жилищным кодексом Российской Федерации раздел VI (ЖК РФ).

Кроме того, существуют и полномочия собрания ТСЖ, такие как решение о проведении ремонта общих помещений, утверждение суммы вознаграждения главного управляющего, рассмотрение различных прошений от владельцев недвижимости к УК и т.д.

ЖК РФ устанавливает следующие полномочия ТСЖ в области управления многоквартирными домами:

- 1) дополнять и переустраивать строения, относящиеся к собственности всех владельцев недвижимости; решать судьбу собственности Товарищества;
- 2) брать кредиты на те или иные нужды;
- 3) организовывать обслуживание клиентов (владельцев недвижимости), разрешать их проблемы, связанные с имуществом;
- 4) обустраивать принадлежащую многоквартирному дому территорию на средства владельцев имущества;
- 5) назначать ремонтные работы и поддерживать порядок общей собственности и т.д. [2]

Безусловно, полномочия ТСЖ тесно связаны с его обязательствами перед собственниками недвижимого имущества:

- 1) выступать в качестве представительного органа от имени владельцев недвижимости в течение работы Товарищества;
- 2) выступать в качестве представительного органа от имени владельцев недвижимости во время судебных разбирательств;
- 3) контролировать исполнение собственниками обязательств, связанных с поддержанием порядка и проведением ремонтных работ общих помещений;
- 4) поддерживать должное сантехническое обслуживание общих помещений и др. [2]

Можно сделать вывод, что деятельность ТСЖ - это процесс взаимосвязи потребителя (клиента) и исполнителя, который основан на удовлетворении потребностей жильцов.

Уровень удовлетворенности жильцов деятельностью ТСЖ может быть оценен с помощью анкетирования. В таблице 3 представлены результаты анкетирования, проводимого ТСЖ «Воскресенское» с 2012 по 2017 гг.

Таблица 3
Результаты анкетирования ежегодного опроса жильцов об удовлетворенности сервисной деятельностью ТСЖ «Воскресенское»

| Вопросы | Варианты ответа да/нет/затрудняюсь ответить (з/о) | | | | | |
|--|---|--------------------------------|--------------------------------|--------------------------------|--------------------------------|--------------------------------|
| | 2012, % | 2013, % | 2014, % | 2015, % | 2016, % | 2017, % |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 1. Имеет ли ТСЖ «Воскресенское» постоянное место обслуживания жильцов? | Да - 74 Нет - 16 З/о - 10 | Да - 85 Нет - 12 З/о - 3 | Да - 86 Нет - 8 З/о - 6 | Да - 94 Нет - 2 З/о - 4 | Да - 97 Нет - 0 З/о - 3 | Да - 98 Нет - 2 З/о - 0 |
| 2. Комфортно ли место обслуживания жильцам? | Да - 61 Нет - 27 З/о - 12 | Да - 57 Нет - 2 З/о - 41 | Да - 83 Нет - 5 З/о - 12 | Да - 88 Нет - 5 З/о - 7 | Да - 94 Нет - 6 З/о - 0 | Да - 98 Нет - 0 З/о - 2 |
| 3. В удобное ли время организованы часы приема и обслуживания? | Да - 41 Нет - 58 З/о - 1 | Да - 45 Нет - 55 З/о - 0 | Да - 57 Нет - 40 З/о - 3 | Да - 66 Нет - 34 З/о - 0 | Да - 51 Нет - 44 З/о - 5 | Да - 82 Нет - 16 З/о - 2 |

| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
|--|---|---|---|---|---|---|
| 4. Предоставляют ли диспетчеры информацию по телефону? | | | | | | |

**СРАВНИТЕЛЬНАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ЗАРУБЕЖНОГО
И РОССИЙСКОГО РАЗВИТИЯ ТЕХНОПАРКОВ
В МАЛОМ И СРЕДНЕМ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВЕ**

С.С. КАМБЕРДИЕВА

д.э.н., профессор

Ю.И. ХЕТАГУРОВА

к.э.н., доцент

ФГБОУ ВО «Северо-Кавказский горно-металлургический институт
(государственный технологический университет)»

г. Владикавказ

Данная статья посвящена сравнительной характеристике зарубежного и российского развития технопарков в малом и среднем предпринимательстве. В статье рассматриваются опыт развитых стран по поводу функционирования венчурных инвестиций и предпринимательства, а также проблемы развития данного сектора в отечественной экономике в современных условиях.

Ключевые слова. Технопарки, венчурное предпринимательство, инновационное предпринимательство, инвестиции.

Основная проблема венчурного рынка России заключается в использовании методологических подходов к рамкам влияния на рынок и к его масштабам. Институтами развития и исполнительными органами заостряется внимание на сегменте венчурных инвестиций и предпринимательстве, идущее вразрез с глобальной практикой. Кроме этого, наблюдается искусственное отсечение сегмента прямых инвестиций. Европейская и азиатская инвесторская рыночная практика демонстрирует единение рынков прямых инвестиций и венчурного капитала, гармонично дополняющих друг друга, и способных к стратегической миграции, взаимодействию компетенций и капиталов, благодаря чему обеспечивается вывод компании на рынок, и исключается ее заморозка на начальной стадии.

Россия, как и многие другие страны, вслед за Америкой, причислила технопарки к инновационной экосистеме. Предысторией стало появление в США первой в мире технопарковой зоны - Кремниевой долины, которой и суждено было стать колыбелью для передовых технологий. Все началось с намерения Стэндфордского университета в 50-х годах прошлого века, заработать на земельном участке площадью 32 м². Земля хоть и оказалась в распоряжении университета, но права на ее продажу у учебного заведения отсутствовали. В связи с чем, было принято решение о создании Стэндфордского индустриального парка с возможностью аренды помещений, однако при одном условии - арендовать площади разрешалось только технологическим компаниям.

Российской командой «Сколково» при создании технопарка, был изучен опыт, таких стран, как Сингапур, Корея, Китай и многих других. При этом было решено, что технопарковые зоны России должны пользоваться лучшими практиками, и быть конкурентоспособными по отношению к другим технопаркам мира.

Исходя из исследовательского мнения, именно высокое сосредоточение в пределах Кремниевой долины талантливых людей, и непосредственная близость научных центров, явилось благодатной почвой для возникновения высочайшей концентрации технологических гигантов, которая наблюдается здесь в настоящее время.

Профессором Международной бизнес-школы при Массачусетском технологическом институте - Мэттом Марксом, были представлены итоги исследования, которые свидетельствуют о тесной взаимосвязи технологического бума и законодательства. Калифорния является единственным американским штатом, на который не распространяется действие соглашения об отказе от конкуренции. Суть документа в том, что после увольнения, сотрудник лишен права откликаться на рабочие вакансии в бизнесе, подобном тому, который был им покинут. Иначе он обречен на судебное разбирательство. Вследствие снятия этих ограничений, Калифорния стала центром притяжения талантливых людей, нацеленных на свободу выбора при трудоустройстве. При проведении Марксом и его коллегами сравнительного анализа в штате Мичиган - между ситуацией до отмены Соглашения и после, было выявлено удвоенное число владельцев патентов, покинувших штат.

На данный момент в мире насчитывается около семисот технопарковых зон. При этом Израиль по показателям вплотную приближается к лидеру - США, занимая первое место по числу патентов, и уступая по количеству стартапов лишь Америке.

Венчурным фондом LETA Capital было начато инвестирование в израильские стартапы, с параллельным знакомством с экономической системой, поддерживающей предпринимательский сектор. Там имеется в наличии Офис главного ученого - представительного лица научного сообщества, отвечающего за научную и техническую стороны функционирования Министерства. Также им осуществляется финансирование научно-исследовательских и опытно-конструкторских проектов, с возвращением до 6% от продаж вплоть до полного погашения всей суммы гранта.

За период с 2008 до 2017 годы, в РФ сформировался пакет пилотных стратегий, нацеленных на развитие инвестиционного венчурного рынка и предпринимательского сектора. Согласно статистическим данным и прогнозам развития, в это время имело место явное увеличение объемов привлеченных капиталов, что является основополагающим признаком развитого рынка.

Подобная стабильность обеспечила бы государственным органам возможность заострить внимание на коррекции диспропорций рынка, ориентируясь на долгосрочные приоритеты. Вследствие геополитического кризиса и финансовых проблем, произошло обострение дефицита доверия к экономической системе России, что повлекло к результатам, требующим принятия мер восстановительного характера.

Последние 5 лет, шло активное искусственное формирование преград между двумя рыночными сегментами, что явилось итогом разобщения управляющих, капитала и каналов сбыта. Однако именно сегменту прямого инвестирования и сейчас удастся быть доступным с вовлечением технологических инноваций и рыночных преимуществ. Закономерно, что главным и неизбежным этапом развития компаний, делающих ставку на успех, является их присутствие на рынках прямых инвестиций с возможностью публичного размещения.

Недостаточный баланс сосредоточенности внимания на начальном этапе цепочки инвестиций - при грантовом финансировании и предпосеве, станут причиной закрепления роли в «пищевой цепочке». Вследствие чего, прогнозируется переход отечественных команд и технологий на ранних стадиях, в другие экосистемы по причине недостатка финансирования и компетенций, позволяющих развиваться далее. Данный тезис не стоит рассматривать как знак необходимости сворачивания программ по грантам и инструментов, используемых для поддержки на ранних стадиях, но если не отдавать отчета существующим реалиям, то такие программы будут крайне неэффективны.

Рынок прямых инвестиций России, как и прежде, является весьма привлекательным со стороны доходности, это стало реальностью с помощью иностранных професси-

ональных инвесторов, предоставивших доступ российской экономике двадцать лет назад к смарт-капиталу. Продолжительное время основным игроком являлся Европейский банк реконструкции и развития. Он же служил индикатором показателей качества фондовых и проектных стратегий. В результате около 30 процентов бюджета инвестиций до 3 квартала 2014 года, ориентировались именно на РФ.

Диапазон рыночных размеров PE VC колеблется между 12 и 30 миллиардами долларов (по объему заключаемых каждый год сделок). Имеющий около 2 млрд., сегмент VC выглядит наиболее прозрачно в сравнении с PE. Тогда как сегмент VC демонстрирует явную нехватку иностранного инвестирования, а планка профессионализма, определена, так называемыми, «эмоциональными ангелами», и также игроками, не сумевшими накопить опыт.

Из-за роста недоверия к российским активам, со стороны иностранных инвесторов, становится очевидной необходимость замещения капиталовложений в ежегодном размере более чем на десять миллиардов долларов. Если это пересчитать в рамках долгосрочных обязательств по инвестициям, то встает задача привлечь на рынок свыше пятидесяти миллиардов в течение 5 лет. При этом альтернативными источниками не смогут быть удовлетворены данные требования - ближневосточный и азиатский капитал не принесет скорых результатов. Очевидно, что бизнес инвестиций должен основываться на доверии, а требуемого опыта партнерских отношений, у российских управляющих компаний нет. При этом множество игроков, стремящихся к привлечению ближневосточного капитала, не стремятся учитывать партнеров, осуществляя продажи без осознания приоритетных сторон инвестора.

Сообществу предпринимателей России пока не удастся достаточным образом себя зарекомендовать в глазах партнеров. Кроме этого, добавилась необходимость ретуши неаккуратных действий российских игроков на Ближневосточном и Дальневосточном рынках. Это подталкивает к необходимости принятия мер, прежде, не для развития рынка, а для возможности его элементарно сохранить. На этом фоне определяется еще один фундаментальный ошибочный тезис, гласящий, что экосистема России обладает всем необходимым для ее успешного существования. Разумеется, за последние десять лет, было сделано немало, но не произошло главного - формирования системы как цикла экономического производства.

Российский PE VC - рынок не соответствует мировым стандартам бенчмаркинга, как по объему вывода, так и по количеству инвестиционных фирм. Не наблюдается требуемых инструментов - капитала, компетенций корпораций, фондов, компаний и т.д. Критично и то, что отсутствует и зрелая рециркуляционная система: инвесторы различных уровней, не владеют вариантами возврата капитала с возможностью перехода на следующий инвестиционный цикл. Несмотря на утверждение, что бизнесу PE VC свойственно зависеть от потенциала среды, определяется его полная зависимость именно от объемов и качественных показателей финансовой системы.

Инвестиционный цикл пройдет лишь в сегменте прямых инвестиций с ограниченным числом венчурных управляющих. На предпринимательском уровне создание таких производственных секторов является редкостью. Показателем стабильности рынка может служить лишь накопленная критическая масса завершенных циклов.

Усугубление ситуации отмечается и из-за того, что в период с 2014 до 2015 года, многие венчурные управляющие компании подошли к очередному этапу подъема фонда. Отрицательные условия способствовали их разделению на две группы - тех, кто не смог поднять фонд и на тех, кто решил его поднять без ориентирования исключительно на российский рынок. А это не только является свидетельством незрелой системы, но и сигнализирует о не дружественном отношении.

Ставший историческим взлетом, интенсивный рост европейского PEVC рынка (в период с 2012 по 2014 годы), необходимо детально изучить. Тогда на фоне предшествующей кризисной обстановки приняли решение создать все условия для интенсивного рыночного развития, способного заложить основу для конкуренции с США и Азией. Являющаяся проводником интересов инвестиционного сообщества, Европейская ассоциация венчурного капитала, предприняла тогда серьезные шаги для лоббирования данного шага. Сегодня уровень финансовой поддержки PE VC приближен к 250 миллионов евро в год, а общий рыночный объем инвестиций составляет около 70 миллиардов евро ежегодно.

Прогрессивные экономии считают, что PE VC-рынок является естественным драйвером рынка технологий, обеспечивающим достойную конкурентоспособность. Однако успех в данном сегменте, может быть обеспечен не только желанием финансирования новых технологий, умением рисковать и имеющимся в наличии капиталом, но и в немалой степени, зрелостью среды, делающей ставку на компетенции.

Список литературы

1. Технопарк как институт инфраструктурной поддержки инновационного предпринимательства в России // Хоменко Е.Б., Оруджева А.Р., Шаехов И.И. // Вестник ИЖГТУ им. М.Т. Калашникова. 2017. т. 20. № 2. с. 137-140.
2. Технопарк как элемент государственной поддержки малого инновационного предпринимательства // Маркова Ф.А. // Ученые записки российской академии предпринимательства. 2015. № 42. с. 303-310.

© С.С. Камбердиева, Ю.И. Хетагурова, 2018

УДК 331

ОСОБЕННОСТИ ОПРЕДЕЛЕНИЯ ТАМОЖЕННОЙ СТОИМОСТИ ПРИ ИМПОРТЕ ОДЕЖДЫ В РОССИЙСКУЮ ФЕДЕРАЦИЮ

Д.А. КАРАЧАКОВА

студент

Г.А. КУЛЕШОВА

студент

О.Ю. ЛИТВИНЕНКО

студент

Д.Н. СУСЛОВ

кандидат экономических наук, доцент
Сибирский федеральный университет
г. Красноярск

В статье рассмотрены способы формирования таможенной стоимости при импорте товаров в Российскую Федерацию. Выделены особенности ввоза товарной категории - одежда. Проанализирована судебная практика определения таможенной стоимости и изменения, произошедшие в связи со сменой Таможенного Кодекса Таможенного союза на Таможенный кодекс Евразийского экономического союза.

Ключевые слова: таможенная стоимость, тариф, метод, таможенная служба, импорт.

Импорт одежды играет важную роль в поддержании необходимого уровня качества жизни населения при недостаточно развитой отрасли легкой промышленности. Согласно

данным федеральной таможенной службы по итогам 2017 года импорт текстильных изделий и обуви вырос на 30,8% (до 10,9 миллиарда долларов), импортируются такие товарные единицы как «ткани хлопчатобумажные» - ТН ВЭД ЕАЭС 5208-5212, «одежда» - ТН ВЭД ЕАЭС 61-62, «обувь кожаная» - ТН ВЭД ЕАЭС 6403.

Ключевым моментом при импорте товаров играет определение таможенной стоимости таможенными органами. Таможенная стоимость - это стоимость ввозимых на территорию России товаров, с помощью которой определяются пошлины, налоги, акцизы и сборы, иными словами, необходимые к уплате таможенные платежи. Величина стоимости определяется в соответствии с Законом РФ «О таможенном тарифе». [3]

Таможенная стоимость товара в России определяется по принятым в мировой практике нормам. На сегодняшний день существует шесть методов определения таможенной стоимости, ввозимых на территорию нашей страны товаров [9]: 1. По цене сделки с ввозимыми товарами, т.е. исходя из стоимости товаров. 2. По цене сделки с идентичными товарами. 3. По цене сделки с однородными товарами. Применяется при оценке товаров, не являющихся полностью идентичными, но обладающими схожими характеристиками и функциями. 4. Вычитания стоимости. В этом случае из цены товара вычитаются затраты, характерные только для внутреннего рынка. 5. Сложение стоимости. Данный метод применяется на основе издержек производства товаров, к которым необходимо прибавить сумму прибыли и расходов, которые характерны для продажи оцениваемых товаров. 6. Резервный метод, который основан на экспертных оценках и расчетах.

При ввозе товаров на таможенную территорию России владелец обязан выполнить предусмотренные действующим законодательством таможенные процедуры, которые заключаются в проверке документов и последующим досмотре ввозимых товаров.

Процесс растаможивания товаров различен для физических и юридических лиц. Так как в последнее время приобрел популярность способ покупки товаров через интернет, то в разы увеличилось количество покупок взрослой и детской одежды в иностранных интернет-магазинах стран Китая, Турции, США и Европы. При ввозе товаров общим весом до 31 кг и стоимостью не превышающей 1000 евро и не относящимся к коммерческим партиям прохождение таможи проходит практически незаметно и посылка доставляется по адресу получателя на дом или в ближайшее почтовое отделение. Однако, Федеральная таможенная служба ввела новые правила оформления доставки посылок из зарубежных интернет-магазинов - покупателей обяжут указывать свой ИНН и ссылки на товары. Данные будут использоваться таможней для контроля стоимости и веса товаров, чтобы отслеживать порог беспошлинного ввоза товаров.

Правила закреплены приказом ФТС России от 24 ноября 2017 № 1861. В нем предусматривается представление таможенным представителем в таможенный орган реквизитов документа, удостоверяющего личность получателя, и его ИНН. ИНН позволит однозначно идентифицировать физическое лицо для учета стоимости и веса товаров, которые поступили в адрес этого человека в течение месяца. [1]

Большее количество товаров зачастую приобретается за рубежом юридическими лицами. Таможенное оформление обуви и одежды производится в том случае, если их суммарная стоимость при ввозе превышает 65 000 рублей, а вес составляет более 35 кг. [10]

В общих случаях таможенные пошлины на ввоз одежды как правило установлены в размере евро за 1 кг. Самые высокие таможенные пошлины на одежду установлены для шуб и кожаных предметов одежды. Таможенные пошлины на шубы исчисляются в евро за 1 шт.

При таможенном оформлении одежды так же, как и при оформлении других товаров существует классификация в соответствии с ТН ВЭД ЕАЭС. Каждой единице товара присваивается код, который может меняться в зависимости от формы ввоза. Например, код будет разным для това-

ра, ввезенного поштучно или набором. Таможенная пошлина на одежду в наборах выше и таможенное оформление одежды будет дороже, чем предметов одежды по отдельности. Подобных нюансов классификации одежды - множество. Растаможка вещей многих известных брендов возможна только при наличии специального разрешения на право импорта от их правообладателей. Перечень таких компаний представлен в базе объектов интеллектуальной собственности.

Еще одним важным условием растаможки обуви и одежды является наличие санитарно-эпидемиологического заключения и сертификата соответствия. В зависимости от кода ТНВЭД ЕАЭС сертификаты получают в добровольном или обязательном порядке. Так например, при таможенном оформлении обуви специальной защитной, а также обуви повседневной с верхом из искусственной кожи требуется предоставление сертификата безопасности. Условный выпуск грузов без сертификата соответствия (на условиях его последующего предоставления) производится только по согласованию с Главным управлением тарифного и нетарифного регулирования (ГУТНР) ГТК России.

Так же существуют особенности растаможки в зависимости от страны, из которой производится экспорт. Растаможка одежды из Турции, Китая, Италии или других стран предусматривает уплату таможенных пошлин в полном объеме, а это таможенная пошлина в зависимости от вида товара (кода ТНВЭД ЕАЭС) на большую часть - 10% пошлина или 1,75 евро/кг и НДС 18% на взрослую и 10% на детскую одежду (0% на одежду для реабилитации инвалидов). Таможенные преференции предоставляются только при таможенном оформлении одежды из Грузии, Сербии и стран СНГ. Таможенные пошлины на одежду «сэконд-хэнд» составляют 20% от таможенной стоимости тонны товара, включая НДС, а при ввозе детской одежды уплачивается только НДС в размере 10% от таможенной стоимости товара. [8]

При растаможке грузов из стран Европы (преимущественно Италии как крупнейшего поставщика брендовой одежды), оформление документов может быть менее затратным, так как фабрики-изготовители и оптовые компании предоставляют заказчикам полный пакет сопроводительных документов на груз. При этом стоимость обязательных платежей будет существенно выше, чем у аналогичных по ТН товаров азиатского производства, так как одним из базовых показателей для расчета является указанная в контракте или инвойсе цена каждой товарной позиции. Растаможка одежды из Китая требует внимания к определению классификации товаров для присвоения кодов. Может потребоваться получение сертификатов качества и безопасности для дальнейшей продажи одежды на территории РФ.

Большую роль в растаможке крупных партий одежды и обуви играет опыт общения с таможенной, регулярность поставок и страна происхождения товара. Профессиональный таможенный представитель учтет все льготы, которые могут распространяться на ввозимый товар, и максимально уменьшит таможенные пошлины.

При рассмотрении судебной практики по вопросам корректировки таможенной стоимости ввозимых товаров, а именно - предметов одежды, можно выделить общую сложившуюся тенденцию - большинство споров по определению таможенной стоимости разрешаются в пользу компаний. [2] Основанием для корректировки стоимости таможенными органами чаще всего служит недостаточность информации, предоставляемой организацией для обоснования таможенной стоимости, указанной в декларации.

Суды занимают следующую позицию: если сделка является стандартной, т.е. отсутствуют такие условия, которые ограничивали бы пользование товаром, то контракта, инвойса, а также транспортных и бухгалтерских документов достаточно для обоснования применения компанией первого метода определения таможенной стоимости (по стоимости сделки с ввозимыми товарами). Важным условием достаточности выше перечисленных документов является указание фиксированной цены импортируемого товара без каких-либо дополнительных

условий. Также стоит учесть тот факт, что отсутствие у декларанта тех или иных документов, запрошенных таможенным органом, не может однозначно свидетельствовать о неопределенности и недостоверности заявленных в таможенных целях сведений, если они подтверждаются и (или) не опровергаются иными документами.

В качестве примера стоит привести решение Федерального арбитражного суда Московского округа по делу N А41-К2-14116/07, из материалов которого известно, что Шереметьевская таможня провела корректировку таможенной стоимости товаров - предметов одежды, ввезенных на территорию РФ обществом с ограниченной ответственностью «Вилс», которое при таможенном оформлении определило таможенную стоимость по первому методу, то есть по стоимости сделки с ввозимыми товарами.[6] В свою очередь ООО «Вилс» заявило в суд с требованием признать незаконным решения Шереметьевской по корректировке таможенной стоимости товаров, а также возратить излишне уплаченных таможенных платежей. В кассационной жалобе таможня сослалась на обнаруженные признаки того, что представленные декларантом сведения могут не являться достоверными, также на непредоставление обществом инвойса, подтверждающего заявленную таможенную стоимость ввезенного товара. Арбитражный суд постановил оставить кассационную жалобу Шереметьевской таможни без удовлетворения, сославшись на отсутствие у таможенного органа доказательств недостоверности заявленной ООО «Вилс» таможенной стоимости товара, а также на отсутствие необходимости предоставлять таможне дополнительные документы и сведения.

Следующим важным аспектом, вытекающим из анализа судебных дел, является некорректность перерасчета таможенной стоимости по причине несоответствия ее величины уровню цены, содержащейся в базах данных таможенных органов. Та ценовая информация, которая содержится в базах данных таможенных органов, является лишь причиной для более тщательного изучения структуры формирования таможенной стоимости. Выявление несоответствия указанной в декларации стоимости товара профилю риска должно послужить основанием для дополнительной проверки таможенного органа, которая не обязательно должна привести к изменению таможенной стоимости товара.

Рассмотрим этот факт на примере дела N КА-А40/7461-07.[7] ООО «Копейка-Импорт» успешно оспорило в Федеральном арбитражном суде Московского округа решение Центральной акцизной таможни, касающегося определения таможенной стоимости товара (жилеты мужские защитные) по 3 методу (по цене сделки с однородными товарами), а не по 1 методу, указанному в ГТД (по стоимости сделки с ввозимыми товарами). Таможенным органом использована информация, содержащаяся в базе данных мониторинг-анализа ЦБД ГТД, и в качестве однородных были приняты такие товары как жилеты для охоты и рыбалки, технологически более сложные в производстве, чем заявленные защитные жилеты, т.е. таможенным органом не были проанализированы реальные потребительские свойства и качественные характеристики товара. Таким образом, Федеральным арбитражным судом Московского округа было отменено решение таможенных органов о корректировке таможенной стоимости. Следовательно, различие заявленной компанией таможенной стоимости и ценовой информации, содержащейся в других источниках, не относящихся непосредственно к указанной стоимости, не может рассматриваться как доказательство недостоверности таможенной стоимости.

Стоит также отметить категорию споров, отличающихся неоднородностью и различными подходами судов, а именно споры по поводу корректировки таможенной стоимости брендированного товара путем включения в нее лицензионных платежей. Основа-

ниями для увеличения таможенной стоимости могут быть как лицензионные соглашения, так и другие виды договорных обязательств между поставщиками, производителями, правообладателями и третьими лицами. [3]

К данной категории можно отнести дело N А40-23260/2014 по заявлению компании «МФТ-Лайн» к Московской таможене об оспаривании корректировки таможенной стоимости товаров, содержащих маркировку товарным знаком «FINN FLARE», произведенной путем включения в таможенную стоимость ввезенных товаров лицензионных платежей.[5] Декларант ссылался на то, что лицензионные платежи относятся к деятельности общества, но не к самим ввезенным товарам. Суды, признавая законными решения таможенного органа, ссылались на заключенный декларантом с иностранным правообладателем лицензионный договор, согласно которому общество использует комплекс исключительных прав при осуществлении деятельности, связанной с предложением к продаже или продажей товаров, и выплату ежемесячного вознаграждения «роялти» в фиксированном размере. Также было установлено, что при декларировании товаров отсутствовали отметки о наличии обязательств по выплате платежей за использование объектов интеллектуальной собственности. То есть в структуру таможенной стоимости товаров дополнительные начисления к цене, фактически уплаченной или подлежащей уплате, включены не были. Решение было принято в пользу таможенного органа, а жалоба «МФТ-Лайн» оставлена без удовлетворения.

С 1 января 2018 года на смену Таможенному кодексу Таможенного союза пришел Таможенный кодекс Евразийского экономического союза. Это один из немногих документов Евразийского экономического союза, в разработке которого активное участие принимало бизнес-сообщество. Многие конструктивные предложения бизнеса по совершенствованию тех или иных норм, с которыми регулярно приходилось сталкиваться на практике, были учтены. В документ заложены новые подходы к информатизации таможенных операций, вводится более удобный для бизнеса алгоритм взаимодействия с госорганами.

Расширился список сведений, которые должны содержаться в декларации на товары. Согласно ст. 106 ТК ЕАЭС к новым обязательным сведениям, подлежащим указанию в декларации на товары относятся: информация о товарном знаке; наименование места происхождения товара, являющееся объектом интеллектуальной собственности; сведения о продавце и покупателе товаров; о цене в соответствии с коммерческими документами.

Таможенный кодекс ЕАЭС вносит значительные изменения в порядок уплаты таможенных платежей. В Кодексе появилась глава 12, которая наряду с таможенными платежами регламентирует применение специальных, антидемпинговых и компенсационных пошлин. В настоящее время порядок введения и применения специальных защитных, антидемпинговых и компенсационных мер при импорте товаров установлен Федеральным законом от 8 декабря 2003 г. № 165-ФЗ «О специальных защитных, антидемпинговых и компенсационных мерах при импорте товаров». Сами виды таможенных платежей остались прежними. Одним из концептуальных изменений является возможность использования авансовых платежей для уплаты всех видов платежей. То есть не только для уплаты таможенных сборов, налогов и вывозной таможенной пошлины, но и для уплаты ввозных таможенных пошлин, специальных антидемпинговых компенсационных мер. Данная норма призвана существенно упростить администрирование денежных средств плательщиков, сократить количество электронных документов, подлежащих обработке при ведении учета денежных средств, реализовать технологию автоматического зачета суммы излишне уплаченных (взысканных) таможенных платежей на авансы.

Относительно классификации товаров. Концептуальные изменения коснулись порядка декларирования товаров в несобранном или разобранном виде, поставляемых отдельными товарными партиями (так называемых «компонентов»). В настоящее время данный порядок регламентируется положениями статьи 215 Федерального закона от 27.11.2010 № 311-ФЗ «О таможенном регулировании в РФ». Ключевым отличием нового порядка декларирования «компонентов» является их декларирование путем подачи декларации на каждую товарную партию.

Совокупность норм ТК ЕАЭС в полной мере обеспечивает возможность осуществления контроля таможенной стоимости товаров. В сущности, не изменяются действующие нормы, регламентирующие определение, декларирование и контроль таможенной стоимости товаров. Базовые принципы являются едиными для всех направлений. По сравнению с ТК ТС отсутствует понятие «декларирования» таможенной стоимости, в основе поставлено понятие «декларирование товара». В Кодекс вошли положения Соглашения от 25.01.2008 «Об определении таможенной стоимости товаров, перемещаемых через таможенную границу Таможенного союза», содержащие основные определения, общие положения, касающиеся таможенной стоимости, а также порядок и условия применения методов определения таможенной стоимости.

В ТК ЕАЭС произошли концептуальные изменения в части основания для корректировки таможенной стоимости: нет акцента на достоверность документов и сведений, относящихся к определению таможенной стоимости товаров. По ТК ТС основанием для проведения корректировки таможенной стоимости является как до, так и после выпуска товаров обнаруженное таможенным органом или декларантом заявление недостоверных сведений о таможенной стоимости товаров, в том числе неправильно выбранного метода определения таможенной стоимости и (или) неправильно определенной таможенной стоимости. По ТК ЕАЭС основанием для внесения изменений в ДТ в части сведений о таможенной стоимости до выпуска являются: заявление документально не подтвержденных сведений и не устранение предоставленными документами основания для проведения проверки документов и сведений; после выпуска - не представление ни одного из документов, сведения о которых указаны в таможенной декларации или представленные документы не подтверждают проверяемые сведения.

Таким образом, расчет таможенной стоимости одежды носит специфический характер, несовершенство некоторых аспектов законодательства приводил к недопониманию между импортером и таможенными органами и как следствие решение проблем в судебном порядке. Большинство судебных дел открывалось из-за запроса таможни дополнительных сведений, которых импортер не предоставлял. Однако, вступивший в силу ТК ЕАЭС, как регулятор правоотношений, решает данную задачу, определяя понятие «достоверность информации». Теперь предоставляемые импортером сведения не могут признаны таможенными органами недостоверными, если они подтверждаются и (или) не опровергаются иными документами. Импортер, предоставивший все документы, заявленные в декларации, не обязан представлять дополнительные сведения, требуемые со стороны таможенных органов. Мы можем наблюдать стремление государства к сотрудничеству с импортерами в виде учета их интересов при составлении ТК ЕАЭС. Возможно данное нововведение приведет к разрешению вопросов о таможенной стоимости в досудебном порядке.

Список литературы

1. Гурьянов С.М. Введены новые правила оформления покупок в зарубежных интернет-магазинах. Электронный ресурс]. URL: <https://vz.ru/news/2017/12/5/898267.print.html>

2. Елисанова И.И. Обзор решений судов по вопросам таможенной стоимости за 2014 год // Имущественные отношения в Российской Федерации. 2015. № 4.
3. Закон РФ от 21.05.1993 N 5003-1 «О таможенном тарифе» (ред. от 28.06.2009).
4. Курочкина О.Л. Лицензионные платежи и корректировка таможенной стоимости товаров через призму судебной практики // Имущественные отношения в Российской Федерации. 2016. № 1.
5. Постановление Федерального арбитражного суда Московского округа по делу № А40-23260/2014; Справочная правовая система «КонсультантПлюс». <http://www.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc;base=AMS;n=214601#038397533843166975>
6. Постановление Федерального арбитражного суда Московского округа по делу № А41-К2-14116/07; Справочная правовая система «КонсультантПлюс». <http://www.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc;base=AMS;n=99575#08676714566022086>
7. Постановление Федерального арбитражного суда Московского округа по делу № КА-А40/7461-07. Справочная правовая система «КонсультантПлюс». <http://www.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc;base=AMS;n=85043#0467717529674035>
8. Райкова Е.Ю, Привалова Д.Ю. Перспективы развития рынка одежды в свете евразийской интеграции // Международная торговля и торговая политика. 2015. №1 (1).
9. Сайт федеральной таможенной службы <http://www.customs.ru/>
10. Соглашение между Правительством РФ, Правительством Республики Беларусь и Правительством Республики Казахстан от 25.01.2008 (ред. от 23.04.2012) "Об определении таможенной стоимости товаров, перемещаемых через таможенную границу Таможенного союза".

© Д.А. Карачакова, Г.А. Кулешова, О.Ю. Литвиненко, Д.Н. Суслов, 2018

УДК 338

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ТЕХНОЛОГИЧЕСКОГО ИНЖИНИРИНГА В РОССИИ

О.В. КАРСУНЦЕВА

д.э.н., доцент, профессор кафедры экономика

О.Н. ДЕНИСОВА

к.э.н., доцент, доцент кафедры экономика

филиала ФГБОУ ВО «Самарский государственный
технический университет» в г. Сызрани

г. Сызрань

В статье обозначены три блока основных проблем, сдерживающих рост российского сектора технологического инжиниринга: организационные, финансовые и структурные. Каждая проблема включает в себя составляющие, различающиеся по уровню сложности и степени государственного регулирования и поддержки. Рассматриваются перспективы роста отечественного сектора технологического инжиниринга, связанные, в первую очередь, с развитием инновационно-технологического потенциала промышленных предприятий, постопытным ростом производственных издержек на технологические инновации, реализацией государственных программ (проектов) в направлении модернизации экономики, базовых отраслей промышленности, повышения инновационной активности предприятий.

Ключевые слова: технологический инжиниринг, экономика, инновации, промышленность, государственное регулирование.

Российские инжиниринговые компании серьезно проигрывают в своем развитии зарубежным конкурентам. Основная причина такого положения заключается в том, что в настоящее время отечественные компании не в состоянии внедрять в систему управления современные модели комплексного инжиниринга, например, EPC(M)-контракт.

На сегодняшний день инжиниринг в формате EPC(M) развит только в отраслях, использующих простые технологические решения, и отечественные инжиниринговые компании не готовы принимать актуальные технологические вызовы. Функция интегратора процесса проектирования и строительства утеряна во многих отраслях промышленности (табл. 1).

Таблица 1

EPC(M)-инжиниринг в отечественной промышленности в зависимости от сложности применяемых технологий

| № п.п. | Вид экономической деятельности в порядке уменьшения сложности технологии | Наличие российских EPC(M)-контракторов |
|--------|--|--|
| 1 | Нефтегазовая разведка и добыча | Отсутствуют |
| 2 | Нефтегазопереработка и химическая промышленность | Отсутствуют |
| 3 | Нефтегазодобыча | Отсутствуют |
| 4 | Электрогенерация | Представлены |
| 5 | Металлургия | Отсутствуют |
| 6 | Горнодобывающая промышленность | Отсутствуют |
| 7 | Машиностроение | Отсутствуют |
| 8 | Электросети | Представлены |
| 9 | Транспортировка нефти и газа | Представлены |
| 10 | Гражданское и инфраструктурное строительство | Занимают большую доля рынка |

Несмотря на то, что сектор российского технологического инжиниринга продолжает использовать устаревшие технологии в управлении и бизнес-моделировании, по-прежнему остаются актуальными перспективы его роста, подтверждающиеся следующими факторами:

- положительная динамика роста уровня инновационной активности крупных и средних предприятий промышленного производства, в том числе за счет реализации различных форм государственной поддержки (программ, проектов) в направлении модернизации экономики, базовых отраслей промышленности, повышения энергоэффективности [4, 5, 6];

- постоянный рост издержек российских промышленных предприятий на технологические инновации;

- -существующий спрос на российские технологии со стороны зарубежных предприятий по отдельным видам экономической деятельности [1, 9];

- объективная потребность индустриальной модернизации в РФ.

Однако можно выделить несколько основных проблем, существенно сдерживающих развитие сектора технологического инжиниринга в настоящее время:

1. Организационные проблемы:

- отсутствие единой информационно-аналитической системы мониторинга рынка инжиниринговых услуг, что исключает вероятность быстрого принятия эффективных управленческих решений из-за невозможности прогнозирования спроса компаний на данный вид услуг и возможностей инжиниринговых фирм по их удовлетворению [2, 3];

- недостаточное согласование механизмов поддержки инжинирингового сектора на федеральном и региональном уровнях;

- значительное устаревание правовой и нормативно-технической базы, регулирующей развитие сектора технологического инжиниринга в России;

- отсутствие современных подходов к формированию системы подготовки, пере-подготовки и повышения квалификации кадров в индустрии инжиниринга.

II. Финансовые проблемы:

- высокая нагрузка на фонд оплаты труда существенно сдерживает развитие отечественного инжиниринга;
- высокие показатели окупаемости проектов создания инжиниринговых центров, что существенно сдерживает принятие положительных решений в пользу их реализации;
- высокие затраты на приобретение программного обеспечения в сфере инжиниринговой деятельности, что существенно увеличивает стоимость проектирования новых видов продукции, а также является ограничивающим фактором широкого распространения современных инструментов моделирования [7,9].

III. Структурные проблемы:

- ограничение в использовании проектно-технологической, инженерной, научной инфраструктуры инжиниринговых центров ведущих университетов и научных центров страны, созданных из средств федерального бюджета [8, 10];
- низкий уровень технологических возможностей субъектов малого и среднего предпринимательства в промышленности.

Таким образом, каждый блок рассматриваемых проблем включает в себя составляющие, различающиеся по уровню сложности и степени государственного регулирования и поддержки.

В рамках обеспечения потребности российской экономики в высококачественных инжиниринговых услугах и комплексного решения всех блоков проблем, рассматриваемых ранее, разработана система государственного регулирования и поддержки инжиниринга в РФ.

Список литературы

1. Глебанова А.Ю., Семенов А.С., Каширин А.В. Инжиниринг как особая компетенция при создании нового продукта: современное состояние и тренды // Экономика и предпринимательство, 2015, № 3-2 (56-2). - С. 843-847.
2. Грабоздин Ю.П. Развитие консалтинга в малом и среднем бизнесе. - М.: ООО «Издательство «Мир науки», 2016. - 95 с.
3. Инжиниринг и промышленный дизайн - 2015/ под ред. В.С. Осьмакова и В.А. Пастухова - М.: «Onebook.ru», 2015. - 124 с.
4. Карсунцева О.В. Организационно-экономическая модель повышения эффективности производственно-хозяйственной деятельности предприятия // Вектор науки Тольяттинского государственного университета. 2014. № 1 (27). С. 122-126.
5. Карсунцева О.В. Методологические подходы к оценке производственного потенциала // Вестник Университета (Государственный университет управления). 2013. № 5. С. 126-132.
6. Карсунцева О.В. Оценка производственного потенциала машиностроительного предприятия // Сибирская финансовая школа. 2013. № 1 (96). С. 88-96.
7. Карсунцева О.В. Многомерный факторный анализ как метод оценки производственного потенциала предприятия // Вестник Поволжского государственного университета сервиса. Серия: Экономика. 2013. № 2 (28). С. 140-147.
8. Карсунцева О.В. Сущность, понятия и подходы к формированию экономического потенциала // Вестник Университета (Государственный университет управления). 2011. № 17. С. 155-158.
9. Кимельфельд Р.В. Проблемы реализации интегральных инжиниринговых проектов на основе ЕРС/ЕРСМ - контрактирования в России // Вестник Московского государственного областного университета. Серия: Экономика. 2014. № 14. С. 86-93.
10. Об утверждении плана мероприятий («дорожной карты») в области инжиниринга и промышленного дизайна: распоряжение Правительства РФ от 23 июля 2013 г. № 1300-р.

© О.В. Карсунцева, О.Н. Денисова, 2018

СПЕЦИФИКА ОРГАНИЗАЦИИ КОРПОРАТИВНЫХ МЕРОПРИЯТИЙ MICE-ИНДУСТРИИ

Г.С. КЕРЕЗОВА

студент

Научный руководитель

И.П. БУШУЕВА

доцент кафедры бизнеса в сфере услуг, канд. социол. наук
Новосибирский государственный университет экономики и управления
г. Новосибирск

В статье рассматриваются специфические моменты организации корпоративных мероприятий в MICE-индустрии. Отмечена необходимость планирования и детальной организации данных мероприятий, даны рекомендации по снижению расходов на организацию корпоративных мероприятий.

Ключевые слова: туризм, MICE-туризм, корпоративные мероприятия, организация корпоративных мероприятий.

Важность умения организовывать корпоративные мероприятия не может быть недооценена. Помимо того, что успешно организованное мероприятия дарит положительные эмоции, это еще способ представить предприятие, наладить отношения с целевой аудиторией и внутри организации, а также повысить шансы на широкое признание бренда, улучшения имиджа компании.

Нередко крупные компании пользуются услугами ивент-компаний (агентств), которые занимаются организацией различного рода мероприятий, в том числе и корпоративных [3, с. 41]. Такие агентства устраивают мероприятия «под ключ»: придумывают идею и сценарий, находят исполнителей. Реже - компания имеет свою собственную структуру ивент-менеджеров, которые сами планируют мероприятие для своей компании. Также компания может заключать договоры с поставщиками сырья самостоятельно, с теми, кто предоставит ведущих, развлекательные номера, оформят зал. Для проведения успешного мероприятия человек, который занимается его планированием, должен четко понимать, специфику организации корпоративных мероприятий.

Знание того, как планировать корпоративное мероприятие, может быть сложным делом, необходимо охватить много деталей разом: от еды до места проведения, атмосферы и многого другого. Идеальное событие требует тщательного планирования и много усилий. Момент, о котором стоит упомянуть отдельно - это мотивация коллектива.

Праздники и торжества, проводимые в сфере корпоративного бизнеса, можно подразделить на несколько основных разновидностей. В зависимости от того, что именно послужило поводом к проведению того или иного корпоративного мероприятия, можно выделить следующие его виды [2, с. 30].

1. Развлекательное мероприятие. Добровольное участие в корпоративном мероприятии такого характера позволяет сотрудникам снимать эмоциональное и физическое напряжение, отвлекаться от трудовых будней. Поводом провести праздник может стать, например, успешное заключение выгодной сделки или окончание крупномасштабного проекта.

2. Деловое мероприятие. Корпоративные мероприятия могут быть направлены четко на то, чтобы установить корпоративную культуру и укрепить деловые связи с коллективе. Соблюсти баланс между развлекательной и официальной частью, решить поставленные задачи в таких случаях непросто.

В первую очередь при организации мероприятия обозначаются цели, тема и форма мероприятия. Задав тему, планировщик тем самым дает отправную точку при выборе блюд, декора, людей, которые будут приглашены на это мероприятие. Также организатор должен решить, чего хочет добиться этим мероприятием: сплотить людей, просто приятно провести время, донести какую-то новую информацию.

Определение целевой аудитории - очень важный этап в организации корпоративного мероприятия [4]. В зависимости от определения целевой аудитории внедряется определенный формат мероприятия, его контент, проще принимаются решения по поводу бюджета и местоположения. Формат мероприятия будет отличаться, если проводить их для молодежи, для руководителей фирмы, мужчин, женщин в честь женского праздника.

Также компания заранее определяется с выбором помещения (площадки) для аренды. Перед заключением договора аренды обязательно обсуждается стоимость аренды и включенные в эту стоимость услуги, определяются временные рамки мероприятия, уточняется разрешено ли дополнительное украшение помещения и предоставляется ли посуда, скатерть, салфетки, организуют ли они питание. К тому же, не лишним будет осмотреть номера, в которых будут проживать приглашенные гости, попробовать меню.

Если компания, сдающая помещение в аренду, не предоставляет услуги питания, то организатор мероприятия заключает договор с банкетной службой или кейтеринг-агентством. Нередко нанимается профессиональный бармен, который будет обеспечивать гостей напитками в течение вечера. Заранее согласовывается меню, определяется способ обслуживания. Например, шведский стол или банкетное обслуживание.

Необходимо также определить размер бюджета. При выделении бюджета указываются наименования расходов и их стоимость. Например, отдельно рассчитывает бюджет для организации питания на мероприятии, развлечения, аренды помещения, печатной продукции, премий сотрудников, корпоративных подарков и многих других дополнительных вещей, на которые придется потратиться при организации мероприятия.

Стоимость организации корпоративного праздника достаточно высока. Поэтому существует несколько вариантов, как можно сэкономить бюджет фирмы [1, с. 23]. Например, самостоятельно украсить помещение, ведь с такой простой задачей вполне могут справиться сотрудники. Также можно отказаться от ведущего с известным именем, ведь зачастую начинающим актерам и опытному тамаде удается провести корпоративное мероприятие также хорошо, как профессионалам. Можно отказать и от печати специальных приглашений, в век высоких технологий лучше воспользоваться электронной почтой или разослать СМС. Использование высоких технологий, а именно смартфона с камерой, поможет сохранить еще немного от бюджета, не нанимая фотографа и оператора.

Но ни в коем случае нельзя экономить на расположении места проведения праздника и банкетном меню. И также нельзя организовывать праздник в ущерб сотрудникам. Например, вместо подарков и премий к Новому Году, организовывать праздник.

Таким образом, корпоративные мероприятия необходимы каждой фирме. Благодаря их проведению персонал отдыхает от работы и снимает напряжение. Такими мероприятиями можно улучшить психологический климат в коллективе, решить конфликты и споры.

Список литературы

1. Белоусова Т. Легкость делового бытия. Корпоративный имидж и бизнес-этикет. - СПб.: АСТ, 2016. - 212 с.
2. Кибанов А. Я. Этика деловых отношений: учебник. - Москва: ИНФРА-М, 2013. - 423 с.
3. Климова, Э.Н., Климова, Т.В. Инновационность туристского продукта в борьбе за конкурентоспособность / Э.Н. Климова, Т.В. Климова // Международный научно-исследовательский журнал. - 2016. - №11-1 (53). - С. 40-43.
4. Нюренбергер, Л.Б. Подходы к развитию региональных рекреационно-туристских систем / Л.Б. Нюренбергер // Инновации в современном мире : Сборник статей Международной научно-практической конференции. - 2015. - С. 114-118

© Г.С. Керезова, 2018

УДК 338

**СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ КОНЦЕПТУАЛЬНЫХ ОСНОВ ОЦЕНКИ ВЛИЯНИЯ
ТАМОЖЕННОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ НА РЕЗУЛЬТАТЫ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ
ПРЕДПРИЯТИЙ СТАНКООБРАТНОЙ ОТРАСЛИ**

А.А. КИСЕЛЕВ

аспирант 2-го курса

Российская таможенная академия

г. Люберцы

В статье обоснована важность улучшения условий внешней торговли как фактора повышения конкурентоспособности станкостроительной отрасли. Раскрыто влияние проводимой таможенной службой внешне торговой политики на результаты деятельности предприятий станкостроительной отрасли. Показана необходимость оценки влияния мер таможенного регулирования на конечные результаты развития предприятий отрасли. Описано место и роль оценки в рамках процесса управленческого воздействия. В ходе развития концептуальных положений проведения оценки регулирующего воздействия описаны подходы к оценке, уровни ее проведения, способы оценки чистого эффекта регулирующего воздействия, приведены группы показателей оценки изменения результатов деятельности предприятий станкостроительной отрасли и факторы, оказывающие влияния на данные результаты.

Ключевые слова: таможенное регулирование, внешнеэкономическая деятельность, станкостроительная промышленность, оценка регулирующего воздействия

Укрепление мировых интеграционных связей повышает важность внешнеэкономической деятельности. Внешнеэкономическая деятельность выступает в качестве средства экономического, научно-технического и социального развития государства.

Внешнеэкономическая деятельность имеет особую важность для национальной станкостроительной отрасли. Поскольку станкостроение является «базовой» отраслью, ее развитие определяет долгосрочные результаты национальной экономики. На сегодняшний день существенно растет спрос на высокотехнологичную импортную продукцию отрасли для модернизации национальных производств при невысоких показателях экспорта [1]. Для устранения диспропорций во внешней торговле проводится политика импортозамещения посредством ограничения импорта и развития национальных производств для удовлетворения внутреннего спроса и усиления экспортной направленности предприятий станкостроительной отрасли [3; 5].

В связи с этим, развитие внешнеэкономических отношений станкостроительной отрасли становится доминирующим условием повышения конкурентоспособности; фактором, обеспечивающим рост экономики за счет движения капиталов, товаров, услуг между внутренними и мировыми рынками, технического прогресса и занятости рабочей силы.

В рамках системы внешнеторгового регулирования ключевыми элементами выступают объект и субъект регулирования. Субъектом выступает система таможенных органов, а объектом - станкостроительная отрасль Российской Федерации. Целью таможенных органов выступает содействие развитию отрасли в рамках своих компетенций посредством мер таможенного регулирования. Необходимо выделить два вида содействия развитию, реализуемые таможенными органами.

Первый вид содействия заключается в улучшении условий внешней торговли, защиты национальных производителей посредством применения таможенно-тарифных и нетарифных мер. Такой вид содействия развитию станкостроительной отрасли направлен на устранение несовершенств рынка, финансовой и производственной политики предприятий отрасли, внешней среды; выравнивание условий конкуренции.

Второй вид содействия заключается в улучшении условий прохождения таможенных формальностей, повышения качества таможенных услуг [2]. В рамках данного вида содействия развитию перед таможенными органами стоит комплекс задач, в первую очередь связанный с соблюдением законодательства национального и наднационального уровней в целях обеспечения национальной безопасности, а также предоставлением таможенных услуг максимально быстро. Участники ВЭД в свою очередь заинтересованы в снижении издержек, а также улучшении качества при получении таможенных услуг. Цели таможенных органов и участников ВЭД представлены на рис.1. Основная сложность содействия развитию таким способом заключается в разнонаправленности целей таможенных органов и участников ВЭД: деятельность таможенной службы направлена на выполнение фискальной функции, а участники ВЭД нацелены на снижение своих издержек.



Рис.1. Цели таможенных органов и участников ВЭД при осуществлении таможенных операций

В связи с тем, что каждый вид содействия реализуется в условиях частичной неопределенности и при ограниченности ресурсов, особую важность приобретает изучение вопросов оценки регулятивного воздействия со стороны государства на развитие станкостроительной отрасли, определения степени важности каждой компоненты регулирования.

Оценка выступает одним из основных этапов реализации политики государственных органов, ее место в системе государственного управления показано на рис.2. В рамках системы регулирования существует несколько этапов оценки, которые можно разделить на три группы: предварительная оценка, результирующая оценка и системная оценка. Предварительная оценка выступает в качестве метода предсказания ожидаемых результатов от применения регулирующих мер. Ее результаты оказывают влияние на первичную подготовку регулирующего воздействия. Результирующая оценка применяется после введения регулирующих мер для соизмерения полученного результата с запланированным. Итогом результирующей оценки является корректировка мер. Системная же оценка направлена на определение соответствия действующих мер окружающей действительности, определение актуальности заложенных целей и актуальности составленного плана (программы) их достижения.

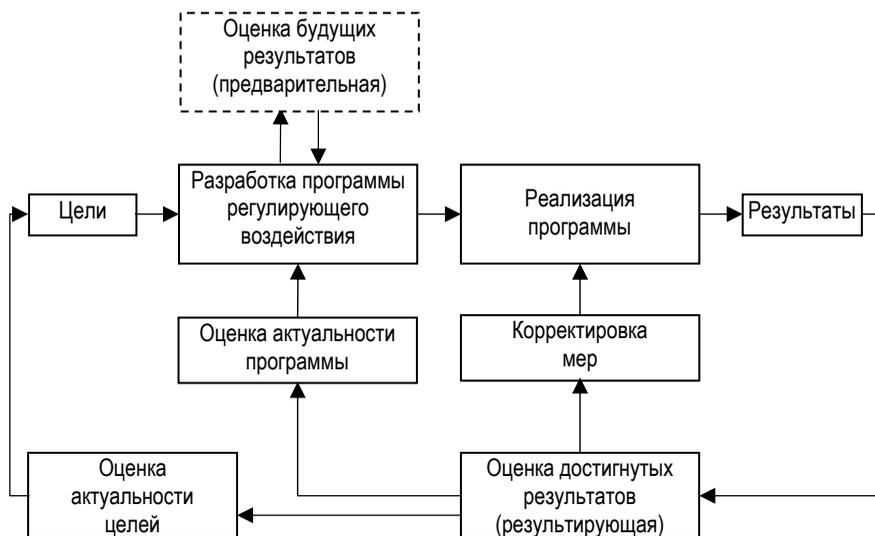


Рис. 2. Место оценки в системе регулирования

Поскольку оценка играет важную роль в системе регулирования, в первую очередь, требуется определение подходов к ее проведению. По нашему мнению, следует выделять два подхода к оценке: предиктивный подход и подход, основанный на оценке результатов.

Предиктивный подход базируется на определении взаимосвязей в регулируемой системе и между регулируемой системой и окружающей средой, определение количественных показателей силы взаимосвязей и построении модели. Основными преимуществами такого подхода выступают возможность получения оценки результата регулирования до фактического введения мер и возможность проведения симуляций регулирующего воздействия для получения отклика регулируемой среды с целью выбора оптимальной политики. Однако, такой подход не лишен недостатков, поскольку основан на модели, которая является лишь приближением окружающей действительности. Разработка такого

подхода требует спецификации экономических связей субъектов национальной экономики, определения степени тесноты связей и степень взаимовлияния. В связи с этим в основу предиктивного подхода должны быть положены два метода: метод синтеза и метод анализ. Посредством синтеза выстраивается композиция социально-экономической подсистемы объектов регулирования, происходит определение регулирующего субъекта (субъектов, если политика нескольких государственных органов имеет единый вектор). Метод анализа применяется для декомпозиции системы, изучения каждого ее отдельного элемента, выделения в регулируемой подсистеме объекта первичного воздействия для каждого регулирующего субъекта (органа власти), определение связей объектов регулирования.

Второй подход к оценке основан на сопоставлении фактических результатов и планируемых показателей (оценка степени достижения цели). Оценка в таком случае может выступать в качестве статичного показателя, когда происходит сравнение результатов за один период времени, и динамичным, когда сравниваются текущие результаты с предшествующими периодами. Поскольку оценка происходит после введения мер и получения результата регулирования, степень ее точности достаточно высока, однако недостатком такого подхода служит большой временной лаг между применением мер и получением результатов.

Следующим аспектом оценки выступает ее масштаб. В связи с тем, что целью развития станкостроительной отрасли является, в первую очередь, не само развитие, а получения и распространение результата на всю экономику от такого развития в виде снижения безработицы, повышения производительности труда, роста ВВП и роста доходов на душу населения, роста экспортной активности, обеспечения экономической безопасности государства, то оценка влияния таможенного регулирования может осуществляться на глобальном уровне как степень достижения комплекса социально-экономических целей или же на локальном уровне, посредством измерения воздействия на показатели станкостроительной отрасли или же группы предприятий в рамках отрасли. Особенностью локальной оценки выступает возможность ее проведения на микро- и макроуровнях. На микроуровне стоит проводить оценку влияния таможенного регулирования на показатели конкретного предприятия (финансовые показатели, показатели выпуска), а на макроуровне - оценку влияния регулирования на агрегированные показатели отрасли.

Оценка степени и направления изменения состояния объекта регулирования должна иметь основу для сравнения. Так как предприятия станкостроительной отрасли сами по себе постоянно находятся в эволюционном развитии, то оценку влияния необходимо проводить посредством измерения чистого эффекта. Многогранность имеющейся системы субъектно-объектных отношений регулирующего воздействия определяет возможность развития различных методологических подходов к измерению чистого результата регулирования. Среди таких подходов следует выделить: сравнение регулируемых и нерегулируемых отраслей/предприятий со схожей структурой; применение различных мер на одну и ту же контрольную группу с целью получения оценки степени влияния каждого вида регулирующего воздействия; экстраполяция тенденции показателей развития отрасли и оценка результатов относительно текущего «неэффективного» состояния отрасли; определение оптимальных параметров состояния отрасли и оценка результатов достижения данных параметров посредством регулирующего воздействия; построение комплексной модели, определяющей функциональную зависимость и позволяющего проводить оценку результата до фактического введения мер.

Методы таможенного регулирования закреплены на законодательном уровне и в ходе анализа являются детерминированными. Однако требуется развитие подхода к определению показателей результата регулирования, или же степени развития отрасли

под воздействием таможенного регулирования. При этом следует выделить подходы как к определению результата регулирования, так и формированию группы факторов, которые оказывают влияние на данные показатели.

На наш взгляд, показатели оценки целесообразно разделить на четыре группы:

1) Показатели оценки прямого воздействия - направлены на изучения изменения в регулируемой системе под воздействием регулирующего воздействия.

2) Показатели оценки внутреннего развития - направлены на изучения изменения в регулируемой системе под воздействием внутренних эволюционных процессов с учетом внешней среды, куда входит применяемая таможенными органами политика регулирования.

3) Показатели оценки затрат - направлены на анализ издержек введения регулирующего воздействия. При этом должны оцениваться как прямые издержки, то есть средства, используемые для введения мер, так и косвенные издержки, то есть потери, которые понесут другие хозяйствующие субъекты (в том числе из других отраслей и секторов экономики) в результате применения комплекса мер.

4) Показатели оценки чистого результата - направлены на измерение изолированного эффекта, который удалось получить посредством введения мер регулирования. Чистый результат представляет собой интегральный показатель, обобщающий положительные, отрицательные результаты регулирования, а также прямые издержки на его проведение.

Стоит учитывать, что в поле интересов регулятора могут быть как изменения отдельных предприятий отрасли, так и отрасли в целом, в связи с чем требуется, чтобы показатели оценки также отражали изменения на двух уровнях.

Помимо показателей оценки методологический и практический интерес вызывает выявление факторов, влияющих на конечные результаты деятельности предприятий. Помимо регулирующего воздействия, осуществляемого таможенной службой, влияние оказывают как прочие факторы внешней среды, так и факторы внутреннего развития. К основным факторам, влияющим на деятельность предприятий станкостроительной отрасли, стоит отнести:

1. Конкуренция - это такой вид экономических отношений, при котором деятельность каждой стороны направлена на максимизацию доступа к ограниченному благу. При этом конкуренция может быть, как между предприятиями национальной отрасли, так и между иностранными и национальными производителями.

2. Предложение и спрос - отражают производственные возможности предприятий станкостроительной отрасли и потребности предприятий других отраслей в станкостроительной продукции. Если темпы роста спроса превышают темпы роста предложения на национальном уровне, то спрос удовлетворяется за счет импорта продукции. При обратной ситуации, превышении предложения над национальным спросом, излишек продукции экспортируется, что является наиболее благоприятным сценарием.

3. Состояние национальной экономики - стадия цикла экономического развития, уровень инвестиционной и инновационной активности, объем общей задолженности и объем свободных экономических ресурсов.

4. Государственное регулирование - комплекс экономических и административных мероприятий государства, направленных на стабилизацию долгосрочного развития национальной экономики.

Наличие концептуальных основ к выбору показателей оценки и факторов, оказывающих на них влияние, позволяют перейти к рассмотрению модели, как способа получения знания об исследуемом объекте.

Построение модели приводит к получению новых знаний об исследуемом объекте, в связи с чем происходит переоценка взглядов на взаимосвязи между конечными результатами и факторами, уточнение модели и ее повторное построение. При этом выделяют три вида

концептуальных моделей: логико-семантические, структурно-функциональные и причинно-следственные [4]. Каждый последующий вид модели, опирается на предшествующий. Так, в рамках логико-семантической модели исследуемый объект описывается на уровне логически непротиворечивых фактов и предположений. Определение показателей результата, факторов, оказывающих на них влияние, является логико-семантической моделью. Структурно-функциональные модели предполагают рассмотрение отдельных подсистем исследуемого объекта (отдельные предприятия отрасли, отдельные характеристики результата деятельности), находящихся в структурных отношениях друг с другом. Причинно-следственные модели, строящиеся на основании логико-семантических и структурно-функциональных моделей, предполагают выявление степени взаимосвязи зависимых переменных и факторов, предположительно оказывающих на них влияние.

Обобщая результаты концептуальных основ оценки влияния таможенного регулирования на результаты деятельности предприятий отрасли, следует показать процесс получения знания о влиянии перечня факторов на интересующие показатели (рис.3).

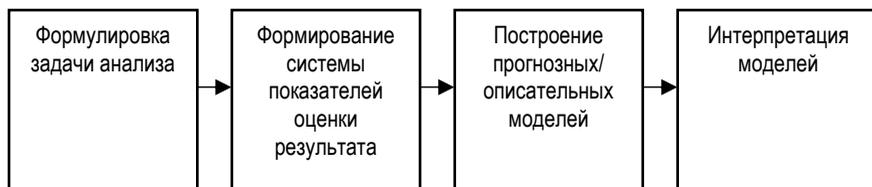


Рис. 3. Процесс получения знания о влиянии факторов на результаты деятельности исследуемого объекта

Каждый процесс моделирования начинается с постановки целей и задач, которые необходимо достичь и решить в результате исследования. В нашем случае конечной целью является выявление степени влияния таможенных факторов на результаты деятельности предприятий станкостроительной отрасли и корректировка мер таможенного регулирования с целью максимизации положительного эффекта. Следующим этапом является формирование системы показателей оценки результата, факторов влияния и сбор требуемых данных. Поскольку цели и задачи исследования являются первичными, то данные собираются для достижения целей исследования, а не цели формируются исходя из имеющихся в распоряжении данных. Достижение цели исследования реализуется через построение причинно-следственных моделей. Результаты моделей интерпретируются и подвергаются проверке. В случае, когда результаты не соответствуют действительности, когда недостаточно имеющихся данных, необходимо собрать дополнительные данные, провести корректировку моделей с теоретическим обоснованием и повторить цикл.

Список литературы

1. Вестник промышленности. Как развивается станкостроительная и металлообрабатывающая отрасли России и странах Таможенного союза, 2017 <http://pronowosti.ru/2017/10/07/как-развивается-станкостроительная/>
2. Гуланова Ю.Е. О сущности и содержании процесса управления качеством таможенных услуг// Вестник Московского государственного областного университета. Серия: Экономика. 2012. № 1. с. 94-98
3. Евразийская экономическая комиссия. Доклад «Сферы экономики, обладающие интеграционным потенциалом в Евразийском экономическом союзе, и меры, направленные на его использование», Москва 2017, - 200 с.
4. Казакевич Т. Сервисная деятельность 2-е изд. Учебное пособие для СПО, М.: Юрайт. - 187 с.
5. Постановление Правительства РФ от 16 мая 2016 г. № 425-8 «Об утверждении государственной программы Российской Федерации "Развитие оборонно-промышленного комплекса"»

© А.А. Киселев, 2018

ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ КООПЕРАЦИИ ПРЕДПРИЯТИЙ НЕФТЯНОЙ И ГАЗОВОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ

Д.В. КОТОВ

доктор экономических наук, профессор,

К.Г. КАЧАЛКИНА

магистрант

«Уфимский государственный нефтяной технический университет»

г. Уфа

В статье предлагается система показателей оценки эффективности кооперации предприятий в нефтяной и газовой промышленности. Составляющая из трех уровней система позволяет оценивать эффективность кооперации предприятий и роль кооперационных проектов через прирост ключевых показателей деятельности предприятий. Оценка прироста показателей сравнивается со среднетраслевым изменением аналогичных показателей, что позволяет делать выводы об эффективности реализации кооперации в форме проектов.

Ключевые слова: кооперация, нефтегазовая промышленность, оценка эффективности, показатели эффективности кооперации, взаимодействие предприятий, эффективность деятельности предприятий

Ускоряющиеся темпы смены технологий, истощение запасов легкодоступных углеводородов, нестабильность политической среды, колебание цен на углеводороды – все это факторы внешней среды, в которых вынуждены осуществлять свою деятельность нефтегазовые предприятия. Для преодоления этих вызовов предприятия стремятся своевременно осваивать новшества, чтобы выходить на новые более сложные и затратные месторождения, а также совершенствовать производственную деятельность, снижая операционные издержки. Все чаще осуществление этих изменений происходит в виде совместных проектов – кооперации – с другими участниками нефтегазового рынка (сервисными компаниями, научными и проектными организациями, другими нефтегазодобывающими и перерабатывающими предприятиями вне рамок интегрированных обществ), а также «игроками» из других отраслей, в первую очередь из сферы ИТ [1, 2]. В этих условиях важнейшими для управления становятся кооперационные проекты и взаимодействия с другими организациями, а также оценка эффективности этих отношений, но в первую очередь – оценка эффективности кооперации для самого предприятия.

Ряд авторов предпринимали попытки оценки эффективности кооперации [3, 4, 5, 7]. Однако большинство из них не оценивали эффективность кооперации для промышленного предприятия. Таким образом, эта проблема является открытой и актуальной для решения.

Изучив работы других исследователей и основываясь на основных технико-экономических показателях, которые используются для оценки эффективности деятельности предприятий, сделан вывод, что сформировать единый перечень показателей не представляется возможным. Прежде всего, в силу разнообразности проектов, которые могут быть реализованы в кооперации, а также из-за сложности и многообразности способов реализации кооперации. Поэтому решено ввести трехуровневую систему показателей эффективности кооперации (рисунок 1).



Рис. 1. Трехуровневая система показателей эффективности кооперации

К показателям первого уровня отнесены ключевые показатели, на основе которых делается вывод об эффективности деятельности предприятия. Это: выручка, себестоимость производства продукции, (оказания услуг, работ), рентабельность производства и активов, производительность труда. Эти показатели универсальны для любого предприятия.

К показателям второго уровня отнесены показатели проекта по кооперации. А именно: денежный поток по годам, чистый дисконтированный денежный поток, сумма инвестиций (капитальные затраты) и др. Необходимость данных показателей обусловлена тем, что осуществлять кооперацию рекомендуется именно в виде проектной деятельности, и таким образом необходима оценка эффективности самого проекта.

Показатели третьего уровня - это показатели деятельности предприятия, которые меняются в результате реализации кооперации. Например, при реализации проекта по строительству НПЗ, который приведет к повышению индекса Нельсона и выхода светлых нефтепродуктов кооперирующихся предприятий. Показатели третьего уровня отражают технико-технологические характеристики предприятия. Перечень этих показателей достаточно широк, и также зависит от сути проекта.

Логика использования системы показателей системы представлена на рисунке 2.



Рис. 2. Логика использования системы показателей

Кооперационный проект отличается от инвестиционных проектов глубиной взаимодействия с другими предприятиями и часто подразумевает изменение операционной

(производственной) деятельности, которая, в течение какого-то времени, будет осуществляться во взаимосвязи с другим предприятием. Это требует дополнения системы показателей эффективности кооперации предприятия специфическими индикаторами, которые отражают особенность реализации деятельности предприятий во взаимодействии. В качестве таких индикаторов предложено использовать:

- синергетический эффект - как превышение показателей деятельности предприятия в кооперации над показателями деятельности вне кооперации;
- затраты на кооперацию - как сумму издержек (разовых и постоянных), включая транзакционные издержки на организацию и поддержание кооперации;
- кооперационный рычаг - как показатель эффективности кооперации. Рассчитывается по формуле:

$$K_p = P'_{AB}/Z_k,$$

где P'_{AB} - оценка прогнозных результатов деятельности предприятия в кооперации, руб;

Z_k - затраты на кооперацию, руб.

Эти показатели должны оцениваться на том же этапе, когда осуществляется экономическая оценка эффективности и целесообразности реализации проекта в кооперации.

Влияние кооперации на систему показателей рекомендуется оценивать через расчет темпа прироста показателей за требуемый период. Темповые показатели более наглядны и их применение целесообразнее абсолютных показателей, поскольку позволяет сравнивать предприятия между собой и с отраслью в целом. Поэтому предлагается использовать среднегодовой темп прироста показателя:

$$CAGR^k = \left(\frac{Y^k}{Y}\right)^{\frac{1}{N}} - 1,$$

где $CAGR^k$ - среднегодовой темп прироста показателя деятельности предприятия после кооперации, д.ед.;

Y^k - значение показателя деятельности предприятия после кооперации;

Y - значение показателя деятельности предприятия до кооперации;

N - количество лет реализации кооперации (но не менее 5 лет).

Этот показатель рекомендуется сравнивать со среднегодовым темпом прироста показателя деятельности в среднем по отрасли в ретроспективе:

$$CAGR_{отр} = \left(\frac{Y_t}{Y_{t-N}}\right)^{\frac{1}{N}} - 1,$$

где $CAGR_{отр}$ - среднегодовой темп прироста показателя деятельности в среднем по отрасли, д.ед.;

Y_t - значение показателя деятельности в среднем по отрасли в текущий год, когда начат проект по кооперации (t);

Y_{t-N} - значение показателя деятельности в среднем по отрасли за N лет до текущего года;

N - количество лет реализации кооперации (но не менее 5 лет).

В качестве срока расчета $CAGR^k$ для предприятия берется срок реализации операционного проекта, либо период не менее 5 лет. Расчет $CAGR_{отр}$ осуществляется за аналогичный период, но в ретроспективе, т.е. за равное количество лет до начала проекта предприятием. Если кооперация обеспечит прирост значения показателя предприятия выше среднеотраслевого уровня за прошедший период, следовательно, кооперация

эффективна. В противном случае - целесообразно искать другой способ повышения эффективности деятельности.

В качестве примера представлены критериальные значения изменения показателей первого уровня, определяющие эффективность деятельности предприятия от кооперации (таблица 1.) Показатели рассчитаны за 2013-2017 гг. по данным Росстата [6].

Таблица 1

Критериальные значения по показателям первого уровня

| Показатель | Признать негативным | Признать достаточным | Признать позитивным |
|---|---------------------|----------------------|---------------------|
| Выручка (нетто) | | | |
| - добыча нефти и газа | <7% | 7-11% | >11% |
| - предоставление услуг по добыче нефти и газа (бурение и пр.) | <14% | 14-23% | >23% |
| - транспортирование по трубопроводам нефти и нефтепродуктов | <6% | 6-10% | >10% |
| - производство нефтепродуктов и кокса | <14% | 14-23% | >23% |
| Себестоимость производства продукции, оказания услуг, работ | | | |
| - добыча нефти и газа | >11% | 11-18% | >18% |
| - предоставление услуг по добыче нефти и газа (бурение и пр.) | <14% | 14-23% | >23% |
| - транспортирование по трубопроводам нефти и нефтепродуктов | <6% | 6-10% | >10% |
| - производство нефтепродуктов и кокса | <14% | 14-23% | >23% |
| Производительность труда | | | |
| - добыча нефти и газа* | <3% | 3-5% | >5% |
| - предоставление услуг по добыче нефти и газа (бурение и пр.) | <9% | 9-15% | >15% |
| - транспортирование по трубопроводам нефти и нефтепродуктов | <7% | 7-11% | >11% |
| - производство нефтепродуктов и кокса | <1% | 0-1% | >1% |
| Рентабельность активов, производства* | | | |
| - добыча нефти и газа | <2% | 2-3% | >3% |
| - предоставление услуг по добыче нефти и газа (бурение и пр.) | <2% | 2-3% | >3% |
| - транспортирование по трубопроводам нефти и нефтепродуктов | <2% | 2-3% | >3% |
| - производство нефтепродуктов и кокса | <2% | 2-3% | >3% |
| * По данным статистики происходит снижение значений данных показателей (среднегодовые темпы прироста отрицательные) | | | |

Попадание $CAGR^k$ в первый интервал означает, что кооперация неэффективна, т.к. прирост показателя ниже среднеотраслевого. Попадание во второй интервал означает, что эффективность проекта равна среднеотраслевой, и в третий - кооперация позволит достичь значительно более высоких темпов прироста показателя. Средний уровень представлен интервалом значений, где верхний и нижний предел составляют отклонение в 25% от среднеотраслевого темпа прироста показателя за проанализированный период. Отклонение в 25% обусловлено значительными колебаниями среднеотраслевых темпов прироста по годам.

Для специфических индикаторов значения эффективности представлены в таблице 2. Использование этих значений позволяет принять решение о реализации или отклонении проекта по кооперации.

Значения по специфическим индикаторов

| Показатель | Проект отклоняется от реализации | Проект принимается к реализации |
|------------------------|----------------------------------|---------------------------------|
| Синергетический эффект | < 0 | > 0 |
| Затраты на кооперацию | > синергетического эффекта | < синергетического эффекта |
| Кооперационный рычаг | <1 | ≥1 |

Дополнительно следует заметить, что оценка эффективности кооперации через влияние на изменение показателей всех уровней должна осуществляться посредством вычленения вклада кооперации в их рост или снижение. Так, к примеру, выручка предприятия может измениться из-за колебания валютных курсов и др., а производительность труда - из-за введения новой системы организации труда. Для разделения вклада кооперации можно использовать традиционные инструменты, такие как методы факторного анализа.

Таким образом, предложенная система показателей отражает эффективность кооперации предприятий на трех уровнях. Показатели первого и третьего уровня отражают изменение технико-экономических показателей деятельности предприятия. При росте этих показателей на уровне выше среднеотраслевого можно говорить об эффективности кооперации предприятий. Эти показатели могут быть применены не только после реализации проекта для оценки его эффективности, но и при мониторинге изменений в течение срока реализации проекта.

Показатели второго уровня используются для принятия решения о реализации проекта по кооперации, и дополняются специфическими индикаторами, которые отражают особенности совместной деятельности предприятий через определение синергетического эффекта и затрат на кооперацию. Таким образом, разработанная и предложенная в статье система показателей позволяет оценивать эффективность кооперации предприятий и роль кооперационных проектов в приросте ключевых показателей деятельности.

Список литературы

1. Digital Transformation Initiative Oil and Gas Industry. World Economic Forum [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://reports.weforum.org/digital-transformation/wp-content/blogs.dir/94/mp/files/pages/files/dti-oil-and-gas-industry-white-paper.pdf> (Дата обращения: 02.12.2018)
2. The 2016 Upstream Oil and Gas Digital Trends Survey, Accenture [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://www.accenture.com/us-en/insight-2016-upstream-oil-gas-digital-trends-survey> (Дата обращения: 02.12.2018)
3. Большаков Н.М., Жиделева В.В. Интегральная оценка устойчивого развития конкурентоспособности образовательного кластера в концепции дуализма: теория, методология, практика / Н.М. Большаков; В.В. Жиделева // Региональная экономика: теория и практика, 2014. - №8. - С. 54 - 62
4. Коробейникова Е. В. Системная оценка эффективности деятельности потребительской кооперации / Е. В. Коробейникова // Проблемы современной экономики, 2009. - № 4 (32). - С. 38 - 40.
5. Кутаева Т.Н., Савруков Н.Т., Кутаев А.А. Методика оценки экономической эффективности услуг, предоставляемых организациями потребительской кооперации / Т.Н. Кутаева, Н.Т. Савруков, А.А. Кутаев // Фундаментальные исследования, 2014. - №12-10. - С. 2169 - 2173.
6. Официальные статистические показатели / ЕМИСС Государственная статистика [Электронный ресурс]: Режим доступа: <https://www.fedstat.ru/>
7. Попова О.В. Оценка эффективности кооперационного взаимодействия субъектов малого предпринимательства // Экономические науки, 2010. - № 5 (66). - с. 156 - 160

ФУНДАМЕНТАЛЬНЫЕ ДИСПРОПОРЦИИ АГРОПРОДОВОЛЬСТВЕННОГО РЫНКА

В.С. КРИВОШЛЫКОВ

кандидат экономических наук, доцент
«Курский государственный университет»
г. Курск

В статье описана фундаментальная проблема агропродовольственного рынка (как мирового, так и национального), углубление которой может спровоцировать крупные социальные протесты и конфликты.

Ключевые слова: агропродовольственный рынок, экономическая безопасность, продовольственная безопасность, рыночные диспропорции, волатильность цен.

В Глобальном отчёте по рискам (The Global Risks Report 2018) [1] среди наиболее опасных рисков для человечества в ближайшие десять лет названы продовольственный кризис (недостаточный доступ населения к продовольствию достаточного количества и качества) и управляемая инфляция (неуправляемое повышение общего уровня цен на товары в ключевых отраслях экономики).

Актуальность научного исследования определяется чётко выраженными растущими экономическими диспропорциями на мировых агропродовольственных рынках. Фундаментальной причиной роста числа и глубины диспропорций является несоответствие спроса на продовольствие его предложению (в ближайшие годы может наметиться существенный дефицит продовольствия). Осложняют сложившиеся тенденции ряд экологических (потеря биопродуктивности Мирового океана, дефицит воды для сельскохозяйственного производства вследствие глобального потепления климата, эрозия почв, уплотнение и потеря плодородия почв, несбалансированное внесение удобрений, химизация земледелия) и экономико-политических (усиливающееся расслоение населения по уровню доходов, санкционная политика, девальвация национальных валют, рост инфляции) факторов. Эти обстоятельства требуют проведения более взвешенной и сбалансированной (без структурных прекозов и тарифных ограничений) агропродовольственной политики в рамках Евразийского экономического союза.

По данным Продовольственной и сельскохозяйственной организации ООН (FAO) [2] индекс цен на молочную продукцию составил 11,5% (по данным на май 2018 года), при этом прогнозируется совокупный рост цен в годовом исчислении на уровне 20%; годовой рост индекса цен на зерновую продукцию достиг 17%. При этом среднегодовые темпы прироста продуктивности сельского хозяйства ожидаются на уровне 1,7% и вероятнее всего в ближайшем будущем они будут снижаться. Численность населения в мире будет увеличиваться примерно со скоростью 1,13%, что, естественно, приведёт к росту среднегодушевого потребления продуктов питания.

Усилившаяся в последние четыре года геоэкономическая нестабильность мировой экономики (смена внешнеполитических ориентиров в развитии ряда государств, локальные военные конфликты, санкционная политика, введение продуктового эмбарго, трансформация географии экспортно-импортных поставок продовольствия) только углубляет наметившиеся диспропорции в агропродовольственном рынке стран-партнёров. Сложившиеся кризисные тенденции могут привести к падению реальных доходов населения, что в совокупности с растущими ценами на

Проблемы экономического

агропродовольственном рынке). Поэтому классический ценовой механизм не может привести рыночную систему к равновесному состоянию, так как в условиях низкой эластичности цена не выполняет регулятивную функцию. В силу этого обстоятельства, единственно возможным регулирующим механизмом на агропродовольственном рынке, позволяющим сглаживать рыночные диспропорции является государство (союз государств).

Таким образом, серьезная научная проблема, требующая изучения это увеличение числа и глубины диспропорций (несбалансированность спроса и предложения) в функционировании агропродовольственных рынков, которые влекут за собой обострение социально-общественных отношений.

Список литературы

1. The Global Risks Report 2018 [Электронный ресурс] / URL: <https://www.weforum.org/reports/the-global-risks-report-2018> (дата обращения: 03.12.18 г.).
2. Продовольственная и сельскохозяйственная организация Объединенных Наций [Электронный ресурс] / URL: <http://www.fao.org/home/ru> (дата обращения: 03.12.18 г.).
3. Постановление Совета министров Республики Беларусь 10 марта 2004 года №252 «О концепции национальной продовольственной безопасности Республики Беларусь» [Электронный ресурс] / URL: <http://zakonby.net/postanovlenie/28351-postanovlenie-soveta-ministrov-respubliki-belarus-ot-10032004-n-252-quoto-konceptii-nacionalnoy-prodovolstvennoy-bezopasnosti-respubliki-belarusquot.html> (дата обращения: 03.12.18 г.).

© В.С. Кривошлыков, 2018

УДК 338

ПРОБЛЕМЫ АВТОМАТИЗАЦИИ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА

Е.В. КУЛЕШОВА

аспирант

Л.А. ЗИМАКОВА

доктор экономических наук, доцент,

профессор кафедры учета, анализа и аудита

«Белгородский государственный национальный

исследовательский университет»

г. Белгород

В статье рассмотрены проблемы, с которыми сталкиваются организации в процессе автоматизации бухгалтерского учета – это частое изменение нормативных актов, отсутствие высококвалифицированных кадров, большой рынок информационных технологий, сложности и переноса данных в новое программное обеспечение; предложены отдельные мероприятия, позволяющие частично решить проблему.

Ключевые слова: бухгалтерский учет, автоматизация, информационные технологии.

Эффективное управление предприятием включает в себя не только выбор перспективного направления деятельности, подбор квалифицированного персонала, определения оптимальной структуры управления, но и от правильно подобранных и отлаженных информационных систем, применяемых на нем.

На сегодняшний день мы уже не представляем себе современный бухгалтерский учет

приятия, для других - это сервисы предоставления отчетности. Но независимо от того, в какой степени мы используем программное обеспечение, перед нами открывается множество преимуществ. Если речь идет о специализированном программном продукте и переводе всей бухгалтерии на ПК, то такая программа ускоряет и облегчает процесс работы бухгалтера, снижает количество необходимых работников для конкретного объема работ, тем самым повышая эффективность и качество ведения бухгалтерии[1]. Одновременно снижается влияние человеческого фактора, а вместе с ним и количество ошибок, по сравнению с традиционным способом ведения бухгалтерского учета. Благодаря полному отражению хозяйственных операций предприятия можно в любой момент времени получить данные о состоянии работы как одного отдела, так и всего предприятия в целом. Такие данные позволяют принимать различные финансовые и управленческие решения с минимальным риском. Автоматизация бухгалтерского учета позволяет планировать деятельность организации на различных уровнях и быстро реагировать на изменения рынка. Отдельно следует выделить возможность хранения одной или нескольких архивных копий баз данных с возможностью ежедневного сохранения информации. Сведена к минимуму возможность утечки или потери информации. Однако при явном преимуществе программных средств при автоматизации бухгалтерского учета возникают некоторые проблемы.

1. Частое изменение нормативных актов. Нужно не только установить и отладить выбранную программу, но и постоянно следить за ее обновлениями в соответствии с законодательством РФ.

2. Отсутствие высококвалифицированных кадров. В настоящее время опытный бухгалтер с большим трудовым стажем не всегда в достаточной мере владеет персональным компьютером. В то время как молодое поколение, выросшее с компьютерной техникой на «ты» не имеет достаточного опыта в профессиональной сфере. Таким образом, для успешной автоматизации бухгалтерского учета необходимо систематическое обучение персонала в сфере компьютерных технологий и профессиональной квалификации соответственно.

3. Рынок информационных технологий представлен огромным количеством как платных, так и бесплатных систем ведения бухгалтерского учета. Бесплатные программы, в основном, направлены на выполнение отдельных задач или видов деятельности. Так программа, предлагаемая налоговой службой «Налогоплательщик ЮЛ» направлена на снижение ошибок при заполнении деклараций, заявлений и прочих документов, предоставляемых в налоговые органы. Данный сервис позволяет следить за актуальными формами документов, правильностью расчетов, выявляет ошибки при заполнении, позволяет сохранить или распечатать необходимый документ, а также имеется возможность ведения одновременно нескольких юридических и физических лиц.

Выбирая программные продукты важно понимать, какой вариант организационной связи между различными видами учета используется: автономный или интегрированный [2].

Программа «Бизнес-ПАК» позволяет формировать, учитывать и распечатывать типовую первичную документацию. Программы «Упрощенка», «Инфо-бухгалтер», «Учет расчетов и денежных средств», «ВС-Бухгалтерия», «Мини-Смета» направлены на ведение учета по УСН, кадрового учета, учета заработной платы, складского учета, создание сметной документации соответственно. Данные программы не предназначены для комплексного ведения деятельности предприятия, подведения итогов работы и составления финансовой отчетности.

Одной из распространенных платных программ является «1с». Данная система позволяет осуществлять сопровождение и учет всей финансовой деятельности предприятия. Возможности программы позволяют бухгалтеру самому настроить учет в соответствии с учетной политикой, автоматизировать все разделы учета, своевременно отражать все изменения в законодательстве РФ. Данный продукт представлен в разрезе отраслей, причем с различны-

ми вариантами учета. Однако, несмотря на все эти преимущества, с данным продуктом возникают проблемы с переносом данных при индивидуальной доработке и настройке под предприятие - с обновлением продукта, и при переходе с одной платформы на другую приходится проводить обучение персонала.

Продолжая обзор платных программ, следует отметить, что не уступает по продажам программа «Парус-Предприятие». Она состоит из множества модулей, которые работают не только комплексно, но и сами по себе. Доступный и интуитивный интерфейс делает эту программу более привлекательной. Но данный продукт все-таки в большей степени подходит для малых и средних предприятий.

Для крупных предприятий незаменимым помощником становится «Галактика ERP». Она позволяет вести учет по международным стандартам. Данный продукт подходит для учета всей хозяйственной деятельности предприятия, помогает формировать все виды бухгалтерской и налоговой отчетности, обновляется автоматически и не требует дополнительных финансовых вложений.

4. Сложности переноса данных в новое программное обеспечение. Чаще всего на малых и средних предприятиях уже велась какая-либо программа по учету данных за прошлые периоды и принимается решение перейти на более квалифицированное и подходящее программное обеспечение. Перед началом переноса необходимо убедиться, что информационная база закрыта и в ней не находятся пользователи. В процессе переноса данных организация не застрахована от сбоев в процессе загрузки с возможной потерей данных. Отсюда следует, что обязательно при введении автоматизированного бухгалтерского учета необходимо использовать резервное копирование. Данная процедура позволит в любой момент времени восстановить данные за сохраненный период. Обязательным условием при переносе данных является их занесение в едином формате. Помимо этого почти в каждой организации используются нестандартные отчеты или первичные документы, которые значительно увеличивают объем передаваемой информации. В процессе переноса данных возможен также ручной перенос информации, однако чаще всего это приводит к значительному количеству ошибок. Следует отметить, что переносить данные целесообразно на конец года или конец квартала, когда подведены итоги работы предприятия и отчетный период уже редактироваться не будет.

Автоматизация бухгалтерского учета является неотъемлемой частью для каждого предприятия, независимо от их размеров и сфер деятельности. Грамотно выбранная стратегия внедрения программного обеспечения, с учетом основных проблем, увеличит эффективность деятельности предприятия и позволит подняться на новый уровень развития в бизнесе.

Современные программные продукты, сопровождающие бизнес выполняют различные функции, при этом мелкие и средние предприятия приобретают возможность быстрого реагирования на изменения рынка, гибкого учета, быстрого, эффективного и обоснованного принятия управленческих решений и, как следствие, экономического роста. Для крупных предприятий эти программы повышают прозрачность и достоверность информации, позволяют оценивать и сравнивать деятельность различных компаний как на российском, так и на международном рынке.

Список литературы

1. Джелкайдарова Р.Р. Особенности автоматизации бухгалтерского учета// Актуальные проблемы и пути развития бухгалтерского учета, налогообложения и статистики: материалы Региональной научно-практической конференции. Ответственный редактор: Усенко Л.Н.. 2016. С. 23-26.

2. Зимакова Л.А., Веретенникова Ю.В. Взаимосвязь различных видов учета в условиях информационного пространства экономического субъекта// Современные научные исследования и разработки. 2017. № 6 (14). С. 71-77.

© Е.В. Кулешова, Л.А. Зимакова, 2018

- работники промышленных предприятий, не мотивированы на продвижение инноваций (на рынке инноваций работают производители, инвестирующие в НИОКР, а использование новых технологий происходит зачастую в гораздо меньших объемах, нежели у иностранных конкурентов);

- чрезмерное вмешательство государства в промышленную деятельность отрицательно отражается на способности внедрять инновации (государство строго контролирует участников бизнес-пространства, также во время экономического кризиса, оно является для бизнеса практически единственной возможностью продолжения деятельности предприятия).

- Как известно, в российском машиностроении каждый год создается порядка 300 разработок. За последние несколько лет, из всего количества созданных, лишь 12% могут конкурировать с высококласными иностранными аналогами. Более 25 % разработок это инструментальное производство и станкостроение, а нефтяное и химическое машиностроение - 50% всего количества разработок.

- В целом инновационная деятельность России характеризуется значительным научно-техническим потенциалом и низким показателем инновационной активности. Для понимания процесса активизации в стране полномасштабной инновационной деятельности нужно ознакомиться с вопросом об эффективности инноваций.

- Оценить эффективность инноваций можно по следующим критериям:

- создание собственного рыночного сегмента, из которого фирма может извлекать монопольную прибыль.

- продажа патентов на созданные модели продукции разработчиком которых выступила фирма.

- лидерство на рынке.

- формирование своего потребителя.

Нельзя сказать, что положение нашей страны полностью безнадежно. Существуют перспективы для развития, так как такая большая и богатая ресурсами страна не может оказаться в ситуации абсолютного застоя. Промышленные инновации в России имеют частный характер [2, 3]. Небольшие компании выступают инициаторами модернизаций. Это приносит прибыль таким компаниям, а вместе с тем и помогает стране повышать уровень развития промышленности.

С каждым днём роль инновационной деятельности возрастает, так как конкуренция становится всё жестче. Именно развитие инновационной деятельности обеспечивает конкурентоспособность промышленным предприятиям, повышает объем производства, инвестиций, внешнего оборота и занятости.

Список литературы

1. Карсунцева О.В. Многомерный факторный анализ как метод оценки производственного потенциала // Вестник Поволжского государственного университета сервиса. Серия: Экономика. 2013. № 2 (28). С. 140-147.
2. Карсунцева О.В. Оценка производственного потенциала машиностроительного предприятия // Сибирская финансовая школа. 2013. № 1 (96). С. 88-96.
3. Карсунцева О.В. Организационно-экономическая модель повышения эффективности производственно-хозяйственной деятельности предприятия // Вектор науки Тольяттинского государственного университета. 2014. № 1(27). С. 122-126.

© Г.А. Мавлютова, 2018

**ЦЕННОСТНО-ОРИЕНТИРОВАННАЯ МОДЕЛЬ ОКАЗАНИЯ БЮДЖЕТНОЙ УСЛУГИ
В ОБЛАСТИ КУЛЬТУРЫ КАК ЭЛЕМЕНТ СИСТЕМЫ БЮДЖЕТИРОВАНИЯ,
ОРИЕНТИРОВАННОГО НА РЕЗУЛЬТАТ, В СОВРЕМЕННОЙ ЭКОНОМИКЕ**

П.Е. МАЗЕЕВ

руководитель управления бюджетного планирования
и финансов департамента финансового планирования
и кадрового обеспечения министерства лесного хозяйства,
охраны окружающей среды и природопользования Самарской области
г. Самара

Предлагается дополнить механизм финансирования бюджетного учреждения культуры по состоянию ключевых показателей качества расчётом эффективности финансирования отдельных показателей.

Ключевые слова: бюджетирование, ориентированное на результат, государственная услуга, показатель качества, затраты, стоимость.

В настоящее время финансовое обеспечение услуг в области культуры в соответствии с п. 4 ст. 69.2 Бюджетного кодекса Российской Федерации требований, определенных федеральными органами исполнительной власти, осуществляющими функции по выработке государственной политики и нормативно-правовому регулированию в установленных сферах деятельности, а также высшим исполнительным органом государственной власти субъекта Российской Федерации осуществляется на основе нормативных затрат на оказание государственных услуг.

В целом объем финансового обеспечения выполнения государственного задания включает в себя:

- нормативных затрат на оказание государственных услуг;
- затрат, связанных с выполнением работ;
- затрат на содержание недвижимого имущества и особо ценного движимого имущества;
- затрат на уплату налогов в качестве объекта налогообложения по которому является имущество учреждения.

Таким образом, объем финансового обеспечения выполнения государственного задания можно представить в виде следующей формулы:

$$fr = \sum (N_i * V_{iz}) + \sum W - \sum (P_i * V_{iz}) + O + B + Y + N^{СИИ} + N^{СНИ} + N^{УН}$$

N_i - нормативные затраты на оказание i -й государственной услуги, включенной в ведомственный перечень, руб.;

$$N_i = BN_z * K_z$$

BN_z - базовый норматив на оказание государственной услуги, действующий в z-м периоде, руб.;

K_z - корректирующие коэффициенты к базовым нормативам затрат на оказание государственной услуги, действующие в z-м периоде;

V_{iz} - объем i-той государственной услуги, установленной государственным заданием в z-м периоде;

W - затраты на выполнение w-й работы, включенной в ведомственный перечень;

P_i - размер платы (тариф, цена) на оказание i-й государственной услуги;

O - отраслевые затраты, связанные с оказанием государственной услуги (выполнением работы), определяемые в соответствии с нормативными правовыми актами высшего исполнительного органа субъекта федерации, а также главных распорядителей и учредителей бюджетных учреждений;

B - объем средств областного бюджета в целях доведения объема финансового обеспечения выполнения государственного задания до уровня его финансового обеспечения в 2015 году;

У - объем средств областного бюджета в целях достижения установленных распоряжением Правительства Российской Федерации от 26.11.2012 № 2190-Р и «дорожными картами» примерных (индикативных) значений соотношения средней заработной платы работников учреждений, повышение оплаты труда которых предусмотрено Указами президента Российской Федерации;

$N^{СИИ}$ - затраты на содержание имущества государственного учреждения, включенные в базовый норматив затрат на оказание государственной услуги с учетом особенностей оказания государственной услуги, за исключением затрат на содержание имущества, не используемого для оказания государственных услуг и для общехозяйственных нужд;

$N^{СНИ}$ - затраты на содержание имущества государственного учреждения, не используемого для оказания государственных услуг и для общехозяйственных нужд;

$N^{УН}$ - затраты на уплату налогов, в качестве объекта налогообложения по которым признается имущество государственного учреждения;

Схема финансирования представлена на рисунке 1

На основе данной системы может быть предложена ценностно-ориентированная модель государственных расходов на культуру с учетом показателей качества бюджетной услуги

Схема ценностно-ориентированной модели оказания услуги приведена на рис.2.

Каркас в данном случае задают потребители услуг, органы исполнительной власти и общество в целом. На данный каркас накладываются финансовая и результирующая составляющие бюджетирования, ориентированного на результат, определяющие конкретные цели и задачи в соответствии с потребностями общества. Контрольными точками являются качественные и стоимостные характеристики услуг, а также услуг заменителей, которые оцениваются домохозяйствами как конечными потребителями

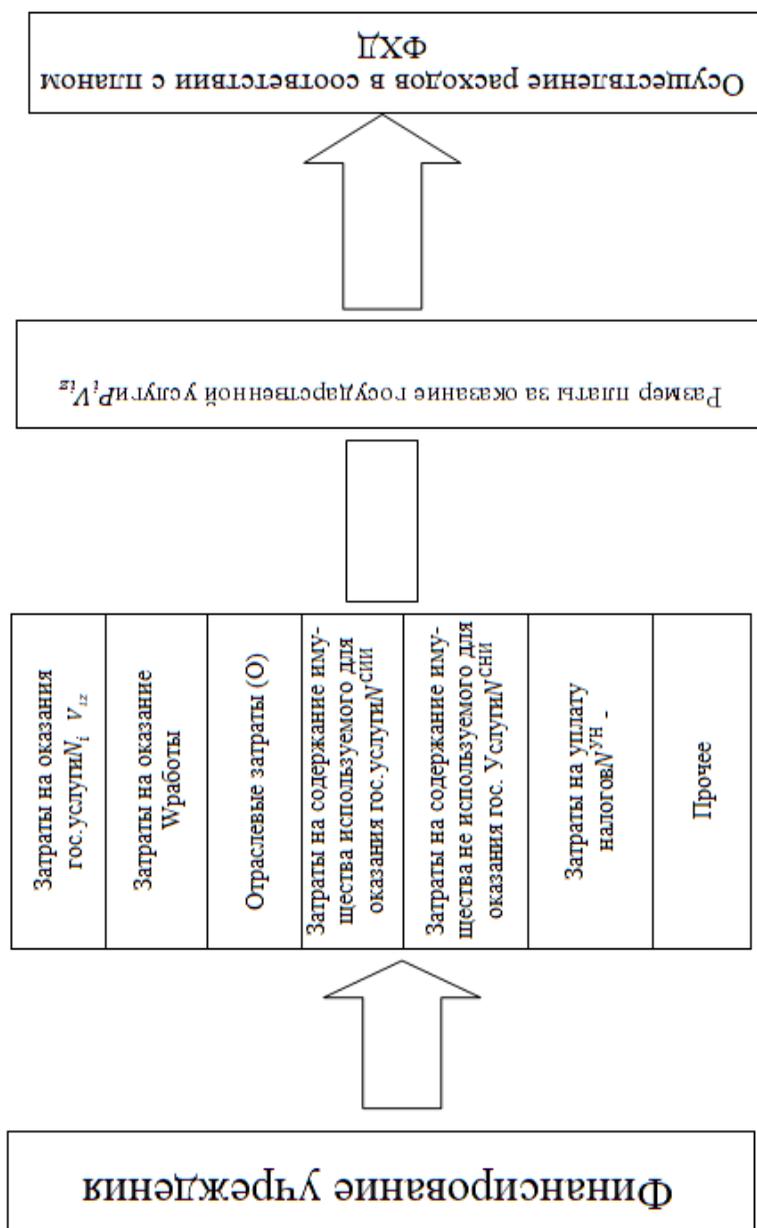


Рис. 1. Действующая схема финансирования учреждений культуры

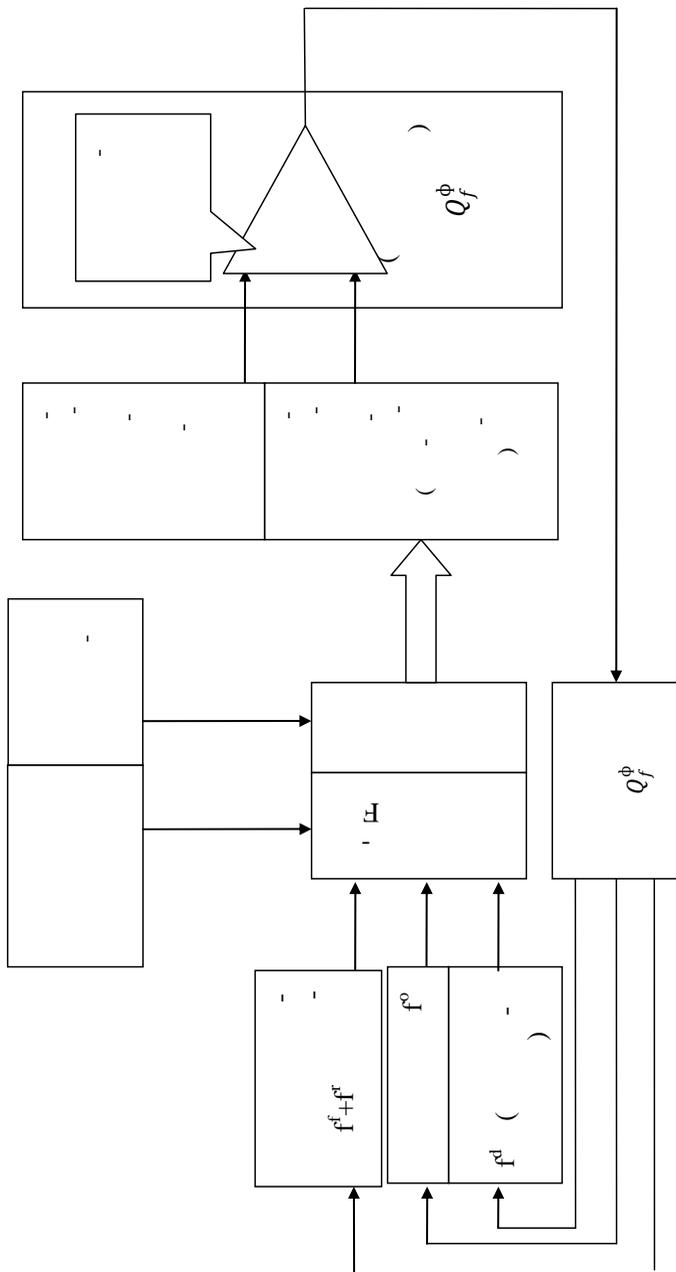


Рис. 2. Ценностно-ориентированная модель финансирования учреждений культуры и искусства на основе БОР

Таким образом, общий объем финансирования учреждения культуры в соответствии с представленной моделью может быть определен следующим образом.

$$F=(f^f + f^r + f^o + f^d), \quad (1)$$

где f^f -финансирование учреждений культуры из федерального бюджета,руб;

f^r -финансирование учреждений культуры из регионального бюджета,руб;

f^o -финансирование учреждений культуры из бюджетов организаций,руб;

f^d -финансирование учреждений культуры из бюджетов домохозяйств, руб.

$$f^f = f^{fN} \left((Q_f^\Phi - Q_f^{пл}) \alpha_f + (Q_o^\Phi - Q_f^{пл}) \alpha_o + (Q_d^\Phi - Q_f^{пл}) \alpha_d \right) \quad (2)$$

где f^{fN} - нормативноефинансирование учреждений культуры из федерального бюджета,руб;

Q_f^Φ -фактический уровень качества услуги по оценке федерального органа власти, балл.;

Q_f^Φ -фактический уровень качества услуги по оценке организаций, балл.;

Q_f^Φ -фактический уровень качества услуги по оценке домохозяйств, балл.;

$Q_f^{пл}$ -планируемый уровень качества услуги по оценке федерального органа власти, балл.;

α_f -весовой коэффициент учёта мнения федерального органа власти в оценке качества бюджетной услуги учреждения культуры;

α_o -весовой коэффициент учёта мнения организаций в оценке качества бюджетной услуги учреждения культуры;

α_d -весовой коэффициент учёта мнения домохозяйств в оценке качества бюджетной услуги учреждения культуры.

$$f^r = f^{rN} \left((Q_r^\Phi - Q_r^{пл}) \alpha_r + (Q_o^\Phi - Q_r^{пл}) \alpha_o + (Q_d^\Phi - Q_r^{пл}) \alpha_d \right) \quad (3)$$

где f^{rN} - нормативное финансирование учреждений культуры из регионального бюджета, руб;

Q_r^Φ -фактический уровень качества услуги по оценке регионального органа власти, балл.;

Q_r^Φ -фактический уровень качества услуги по оценке организаций, балл.;

Q_r^Φ -фактический уровень качества услуги по оценке домохозяйств, балл.;

$Q_r^{пл}$ -планируемый уровень качества услуги по оценке регионального органа власти, балл.;

α_r -весовой коэффициент учёта мнения регионального органа власти в оценке качества бюджетной услуги учреждения культуры;

α_o -весовой коэффициент учёта мнения организаций в оценке качества бюджетной услуги учреждения культуры;

α_d -весовой коэффициент учёта мнения домохозяйств в оценке качества бюджетной услуги учреждения культуры.

$$f^o = f^{oN} (Q_o^\Phi - Q_o^{пл}) \quad (4)$$

где f^{oN} - нормативное финансирование учреждений культуры из бюджетов организаций,руб;

Q_o^Φ -фактический уровень качества услуги по оценке организаций, балл.;

$Q_o^{пл}$ -планируемый уровень качества услуги по оценке организаций, балл.;

$$f^d = f^{dN} (Q_d^\Phi - Q_d^{пл}) \quad (5)$$

где f^{dN} - нормативное финансирование учреждений культуры из бюджетов домохозяйств, руб;

Q_d^Φ -фактический уровень качества услуги по оценке домохозяйств, балл.;

$Q_d^{пл}$ -планируемый уровень качества услуги по оценке федерального органа власти, балл..

Результаты этой оценки являются базовым элементом для корректировки входящего управленческого воздействия со стороны органов власти и общества на первоначальном этапе, что позволяет повысить эффективность принимаемых управленческих решений в условиях ограниченности бюджетных ресурсов.

© П.Е. Мазеев, 2018

УДК 338.012

СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПОСЛЕДСТВИЯ ОПТИМИЗАЦИИ СИСТЕМЫ ЗДРАВООХРАНЕНИЯ В РОССИИ (НА ПРИМЕРЕ САМАРСКОЙ ОБЛАСТИ)

А.А. МЕРКУЛОВ

кандидат географических наук

Старший преподаватель

Военный университет Министерства
обороны Российской Федерации

г. Москва

В статье рассматриваются вопросы оценки деятельности медицинских учреждений через призму ряда показателей, среди которых демографические, показатели заболеваемости, обеспеченность коечным фондом и медицинским персоналом. Делается акцент на принципе участковости, как оном из критериев эффективности медицинской помощи. Все вышеизложенное свидетельствует о продолжающемся переходном периоде в системе здравоохранения. Демографическая ситуация как в

Самарской области, так и в целом по России, имеет негативный оттенок, т.к. показатель естественного прироста имеет отрицательную величину по всем исследуемым периодам. Оптимизационные меры, направленные на повышение качества и доступности медицинской помощи имеют не учитывают в полной мере социальной составляющей медицинских услуг.

Ключевые слова: Здоровье, система здравоохранения, оптимизация системы здравоохранения, демографические показатели, участковость, коечный фонд, заболеваемость, смертность, естественный прирост.

Главной целью деятельности системы здравоохранения является повышение уровня общественного здоровья, качества и эффективности медицинской помощи. Здоровье - это естественная, абсолютная жизненная ценность, которая занимает наивысшую ступень на иерархической лестнице ценностей. Социальная эффективность деятельности системы здравоохранения заключается в эффективном функционировании системы здравоохранения, что, в конечном итоге, должно выражаться в снижении негативных показателей здоровья населения (заболеваемости, инвалидности, смертности) и повышении позитивных (физического развития, рождаемости, средней продолжительности жизни и др.), а также в повышении качества и доступности медицинской помощи. [2, с. 56].

Оптимизация системы здравоохранения в Российской Федерации началась с 2000 года, что выражается в перераспределении всех видов ресурсов, выделяемых на здравоохранение с учетом экономической эффективности, зачастую в ущерб социальной составляющей.

Определяющей характеристикой деятельности системы здравоохранения является динамика демографических процессов, которая показывает, что в Самарской области происходит естественная убыль населения. Начиная с 2008 года по 2016 количество постоянного населения в абсолютных цифрах снизилось на 15500 человек. Исключение составляет 2014 год, когда по сравнению с 2013 годом количество населения выросло на 1000 человек.[4, с. 65].

Несмотря на то, что уровень рождаемости имеет тенденцию к росту с 11,3 ‰ в 2008 до 12,8 ‰ в 2015 годах, в Самарской области за весь исследуемый период наблюдается естественная убыль населения. Высокий уровень смертности - одна из серьезных проблем демографического развития. С точки зрения общих параметров и тенденций динамики смертности Самарская область близка к ситуации в целом по России и Приволжскому федеральному округу, а период с 2005 по 2015 годы смертность населения Самарской области понизилась на 1,9 ‰. Однако данный показатель в 2009 и 2011 годах находился на уровне 2015 года, а за 2013-2015 годы показатель смертности населения вообще не изменился и составил 14,2 ‰. Сглаживают негативную динамику демографических процессов миграционные потоки из бывших союзных республик. При этом миграционный прирост имеет тенденцию к снижению, так в 2008 году он составлял 4 ‰, а уже в 2014 2,2 ‰. [4, с. 67]. Первые три места в структуре смертности населения в течение последних 20 лет занимают болезни системы кровообращения, травмы и новообразования. При этом у трудоспособного населения травмы и отравления остаются лидирующими причинами смерти. Доля смертности от болезней системы кровообращения за 2005-2015 года колеблется от 42 % до 52 %. Второе место среди причин смертности занимают злокачественные новообразования, причем их число достигает максимума в 2013 году - 6786 человек или 211,3 человек на 100 тыс. населения.

В структуре первичной заболеваемости ведущее место занимают инфекционные и паразитарные болезни, их рост составляет с 2005 по 2007 год на 189,7 человек на 100 тыс. населения и дальнейшим уменьшением к 2015 году до 3873,0 человек на 100 тыс. населения.

При этом наблюдается рост удельного веса болезней органов дыхания и пищеварения. Постоянно увеличивается число больных с онкологическими заболеваниями. Одной из причин их роста является то, что область является одной из крупнейших территориальных единиц России с напряженной экологической обстановкой. Если в 2000 году число больных с впервые установленным диагнозом составляло 289,1 человека на 100 тыс. населения, то в 2005 году эта цифра увеличилась составила 376,1 а в 2015 - 476,8. [4, с. 175]. Наиболее высокие уровни показателей заболеваемости злокачественными новообразованиями в расчете на 100 тыс. населения отмечены в таких городах как Новокуйбышевск, Жигулевск и Самара.

Вся история развития системы здравоохранения доказала эффективность такого организационно-методического принципа работы поликлиник, как участковость. В настоящее время в силу развития информационных технологий происходит разрыв между декларируемыми благами и реальным положением дел. В свете оптимизации системы здравоохранения появилась должность дежурный врач, позволяющая пациенту прийти на прием в любое время работы медицинского учреждения. При этом, безусловно, повышается доступность медицинской помощи, но ее качество, с учетом нарушения принципа участковости, снижается. Если раньше, в советское время пациент наблюдался одним и тем же участковым врачом в течение нескольких поколений, то в современных социально-экономических условиях врач, зачастую, видит пациента в первый и последний раз. Для лечения любой болезни важна динамика наблюдения и учет генетических особенностей организма. Врач, после назначения препарата должен наблюдать больного в динамике, однако с учетом информатизации и в силу доступности выбора врача пациент имеет право прийти на повторный прием в любое время, что ведет за собой отсутствию системности в лечении пациента. Это приводит к увеличению сроков болезни, увеличению дней нетрудоспособности и, в конечном итоге, уменьшению национального богатства.

Качество работы лечебно-профилактических учреждений во многом определяется развитием их материально-технической базы, которая включает в себя всю совокупность материальных средств (основных и оборотных фондов), обеспечивающих проведение санитарно-эпидемиологического обслуживания и оказание медицинской помощи населению. Одним из наиболее информативных показателей, характеризующим материально-техническую базу системы здравоохранения является обеспеченность коечным фондом, которая в Самарской области имеет тенденцию к снижению. Так в 2005 году этот показатель составлял 87 единиц на 10000 населения, а уже в 2015 году 78,4. При этом число больничных учреждений достигало своего максимума в 2011 году - 121 единица, против 95 единиц в 2005 году. Численность врачей в расчете на 10000 населения также имеет тенденцию к снижению, в 2005 году данный показатель был 48,2, а в 2015 году уже 42,4.[4, с. 172]. Количество амбулаторно-поликлинических единиц имеет разноплановую динамику, достигая максимума в 2006 году - 388, снижается до 235 единиц в 2009 году и повышается до 318 в 2015 году. (4 с.175)

Все вышеизложенное свидетельствуют о продолжающемся переходном периоде в системе здравоохранения. Демографическая ситуация имеет негативный оттенок, т. к. показатель естественного прироста имеет отрицательную величину по всем исследуемым периодам. Оптимизационные меры, направленные на повышение качества и доступности медицинской помощи имеют различные последствия.

Список литературы

1. Богдан, И.В. Некоторые аспекты реформы здравоохранения в России. - М. : Науч. Эксперт, 2013. - 39 с. - (Труды Центра / Центр проблемного анализа и государственного управления проектирования ; вып. 29). - Из фондов ДВГНБ.

2. Лисицын, Ю.П. Общественное здоровье и здравоохранение : учеб. / Ю.П. Лисицын, Г.Э. Улумбекова. - 3-е изд., перераб. и доп. - Москва : ГЭОТАР-Медиа, 2015. - 542 с.

3. Пирогов, М.В. Совершенствование планирования медицинской помощи с использованием клинико-связанных групп в условиях реформирования отечественного здравоохранения : (моногр.). - М. : Изд. дом "Панорама", 2012. - 88 с. - (Б-ка главного врача).

4. Самарский статистический ежегодник. 2016: Стат.сб. \Самарстат. - С 17 С., 2016. - 352с

© А.А. Меркулов, 2018

УДК 338.2

МЕТОДИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ И ОСОБЕННОСТИ ПРОЦЕССА ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ТРУДОВОГО ПОТЕНЦИАЛА В ЭКОНОМИКЕ ИННОВАЦИОННОГО ТИПА

Е.С. НЕУНЫЛОВА

студент

К.Д. ШМИДТ

студент

Филиал ФГБОУ ВО «Самарский государственный
технический университет» в г. Сызрани

г. Сызрань

Непрерывное совершенствование параметров трудового потенциала позволит увеличить длительность трудовой деятельности человека и оставаться востребованным на рынке труда более продолжительное время. Для этого необходимы не только первоначальные инвестиции, но и вложения в образование на протяжении всей жизни. Однако только на первом этапе эти вложения имеют отрицательный эффект. Впоследствии вложение в образование будет компенсироваться различными видами факторных доходов.

Ключевые слова: трудовой потенциал, инновации, инвестиции, мобильность рабочей силы, жизненный цикл.

Необходимость совершенствования структуры и улучшения качественных параметров трудового потенциала в современных условиях представляется важной проблемой потому что влияние институциональных преобразований и последовавших демографических тенденций существенным образом повлияли на темпы его прироста и отразились на качественном состоянии. В соответствии с ролью трудового потенциала в современной экономике как основного фактора ее развития в ближайшей перспективе решение проблем его формирования и использования представляется с учетом влияния тенденций инновационности мировой экономики и необходимости создания конкурентоспособной отечественной экономики.

Объектом исследования является Самарская область. Это наиболее густозаселенный (плотность населения составляет 59,5 чел. на 1 кв.км) и высокоурбанизированный (более 80% населения проживает в городах) регион России. В настоящее время доля населения трудоспособного возраста достаточно высока, в результате чего коэффициент демографической нагрузки в области ниже, чем в целом по России и Приволжском федеральном округе. Проведенный анализ показал, что практически по всем отраслям экономики Самарской области происходит увеличение численности занятых с высшим образованием. Наибольший удель-

ный вес работников с высшим образованием характерен для финансовой сферы - 71%, сферы государственного управления и обеспечения военной безопасности (57%), образования и здравоохранения (54% и 35% соответственно). Низкий уровень образования характерен для работников сельского хозяйства (всего 11 % работников имеют высшее образование). Выявленная тенденция подтверждает прямую зависимость инновационного развития отраслей и сфер деятельности от качества трудового потенциала.

По нашему мнению, для сохранения баланса между потребностями экономики региона в квалифицированных кадрах и уровнем развития трудового потенциала необходимо выполнение следующих условий: квотирование рабочих мест, развитие инновационных форм занятости для формирования активной трудовой позиции работника, расширение трудовой мобильности (как горизонтальной, так и вертикальной). В настоящее время проблема управления трудовой мобильностью носит фрагментарный, стихийный характер, поэтому нуждается в институционализации и особых механизмах стимулирования. При сохранении существующего положения сфера трудовой мобильности в перспективе будет выступать ограничителем устойчивого социально-экономического развития на инновационной основе.

Процесс управления трудовой мобильностью должен предусматривать разработку коммуникационных методов по прямому и косвенному воздействию за счет создания рабочих мест в перспективных и социально-значимых кластерах региона, дифференциации социальных льгот, ограничении территориальной подвижности мигрантов, целевой подготовки выпускников.

Качество способностей человека к труду не является постоянным и подвержено непрерывному изменению под влиянием научно-технического прогресса и экономической и политической конъюнктуры. Современный уровень развития экономики позволяет устранить или снизить моральный износ качественных параметров трудового потенциала за счет непрерывного обучения, повышения квалификации, освоения вторых, третьих или смежных профессий.

Непрерывное совершенствование параметров трудового потенциала позволит увеличить длительность активной трудовой деятельности человека и оставаться востребованным на рынке

НЕФТЕГАЗОВЫЙ КОМПЛЕКС РОССИИ: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ

Н.Г. ОСТРОУХОВА

к.э.н., доцент, доцент кафедры экономики

Сызранский филиал Самарского государственного технического университета
г. Сызрань

Актуальность рассматриваемой темы обусловлена ролью нефтегазового комплекса в экономике России, с одной стороны, и происходящими изменениями в мировой экономике, с другой стороны. От уровня развития экономических отношений в процессе добычи энергоресурсов, генерации и распределения энергии и энергоносителей зависит не только состояние национальной экономики, но стратегическая безопасность страны. Целью написания статьи является развитие теоретических положений в области прогнозирования состояния нефтегазового комплекса и составление прогноза.

Ключевые слова: нефтегазовый комплекс; инновационная деятельность; технологическийклад; сырьевая экономика.

Виды экономической деятельности, связанные с добычей и преобразованием топливно-энергетических ресурсов в различные виды энергии и энергоносителей всегда имели особое значение для национальной экономики России. Во второй половине XIX в. благодаря значительным и доступным запасам угля и нефти страна имела оптимальную структуру топливно-энергетического баланса. Становление и развитие всех отраслей народнохозяйственного комплекса в Советском Союзе, выполнение планов пятилетнего развития экономики не были бы возможными без наличия собственных энергоресурсов в достаточном количестве. Переход к рыночной экономике в 90-е гг., перестройка социальной и политической системы в стране многократно увеличили бюджетные расходы, компенсировали которые поступления от экспорта энергоресурсов.

Таким образом, на протяжении всего своего существования нефтегазовый комплекс (НГК) России является основой стратегической безопасности, независимости и экономического развития страны. С одной стороны это связано с территориально-климатическими факторами и значительными запасами углеводородов на территории государства, с другой - с реализуемой внешней и внутренней политикой.

В настоящее время НГК оказывает существенное влияние на формирование доходной части федерального бюджета (рис. 1).

На графике отражены изменения в макроэкономических показателях комплекса в период мирового экономического кризиса 2008 г., экономических санкций 2014 г., падения цен на нефть в 2016 г., общемирового экономического спада, который наблюдается последние три года. Экономический спад на мировом или национальном уровне, вызванный различными причинами, всегда приводит к сокращению потребления энергоресурсов. Динамика экспорта продукции НГК, кроме того, определяется внешней политикой. Приведенный график также отражает существующую модель национальной экономики - сырьевую. Это видно по соотношению доли НГК в ВВП и его вклад в доходы федерального бюджета. За анализируемый период разница между данными показателями существенно сократилась, что говорит о положительных сдвигах в экономике.



Рис. 1. Макроэкономические показатели нефтегазового комплекса России в 2000-2017 гг. [22, 23]

Таким образом, существует прямая зависимость между количеством и эффективностью потребления энергетических ресурсов и экономическим ростом. Это факт, а также сырьевая модель экономики России обуславливают актуальность изучения тенденций и построение прогнозов развития НГК страны.

В ряде научных работ [3, 5, 14, 16] рассмотрено влияние энергетических ресурсов на экономику России в настоящем и будущем. В данных работах составлены прогнозы развития отечественного НГК и экономики с учетом ключевых факторов, в основном - внешнеполитических.

Ведущая роль внешнеполитических факторов в развитии и функционировании российской нефтегазовой отрасли обусловлена высокой степенью ее интеграции в мировые энергетические рынки, структура и динамика которых определяют направления развития отечественного НГК. Влияние мировых энергетических рынков на российскую экономику и нефтегазовый комплекс рассмотрено в ранней работе [18], ключевые тенденции приведены на рисунке 2.

Представленные на рисунке тенденции мировых энергетических рынков привели к снижению конкурентоспособности на них российских поставщиков.

Нестабильность конъюнктуры мировых энергетических рынков, наличие большого количества рисков глобализации мировой энергетики, переориентация с европейских рынков на рынки стран АТР, заключение долгосрочных отношений с Китаем требует разработки эффективной стратегии отечественных энергетических компаний на мировой арене для усиления их потенциала, укрепления слабых сторон и оперативного решения возникающих проблем.

Немаловажными для составления прогнозов также являются структурные факторы, определяющие состав, характер функционирования и организационно-экономическое состояние российского НГК.



Рис. 2. Тенденции развития мировых энергетических рынков

На основании анализа истории формирования и развития российского НГК и его современного состояния можно сформулировать факторы, определяющие перспективы его развития (рис. 3).

Программы дальнейшего реформирования нефтяной и газовой отраслей, стратегии управления их отдельными предприятиями, прогнозы развития должны учитывать вышеперечисленные факторы.

Условно эти факторы можно поделить на две группы: доступные для детального изучения и точного прогнозирования и недоступные.

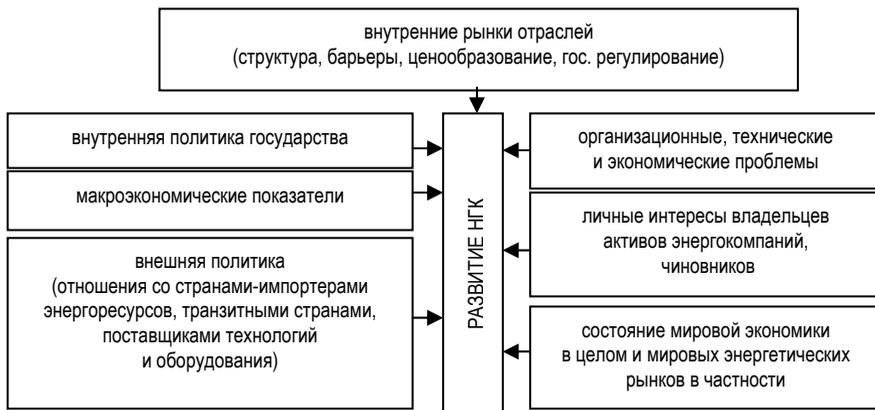


Рис. 3. Факторы развития НГК

К первой группе можно отнести состояние отраслевых рынков и организационные, технические, экономические проблемы предприятий комплекса. Информация по этим факторам разнообразна и доступна. Кроме того, будущее состояние этих факторов, следовательно, их воздействие на НГК можно оценить по программам развития как на государственном уровне, так и на отдельных предприятиях.

Для факторов из второй группы характерно наличие частичной и полной неопределенности в отношении их будущих значений, что затрудняет прогнозирование. Основная причина этого - человеческий фактор. Взаимоотношения людей, их интересы и цели представляют собой основную сложность для моделирования и прогнозирования и обуславливают неопределенность в экономических системах.

Одним из структурных факторов, определяющих развитие нефтегазового комплекса являются существующие в нем в настоящее время организационно-экономические и технические проблемы, которые подробно рассмотрены в работе [17]. Схематично проблемы российского НГК представлены на рис. 4.

В прогнозах развития НГК России с учетом этого фактора фигурируют различные способы устранения приведенных выше проблем. Одним из наиболее эффективных и соответствующих современным экономическим условиям является осуществление инновационной деятельности.

Осуществление инновационной деятельности также позволит решить одну из ключевых проблем как отечественной энергетики, так и экономики в целом - высокая энергоёмкость ВВП. Энергоёмкость ВВП России составляет 0,74, в США - 0,15, в Германии - 0,1, а в Великобритании - 0,07.

Проведенный корреляционный анализ энергоёмкости ВВП и доли затрат на НИОКР в ВВП показал наличие между этими параметрами обратной тесной зависимости. Коэффициент корреляции составил -0,58. С ростом затрат на НИОКР энергоёмкость ВВП сокращается.

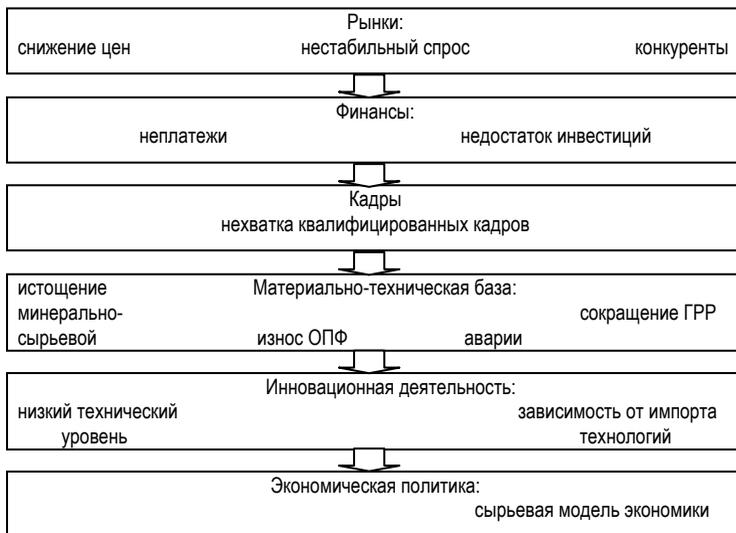


Рис. 4. Проблемы функционирования российского НГК

Нефтегазовый комплекс является подсистемой сложной социально-экономической системы - национальной экономики. И в тоже время представляет собой технико-экономическую систему. Таким образом, комплекс проходит этапы развития аналогично сложным экономическим системам и подвержен влиянию тех же факторов. Следовательно, прогноз развития НГК России должен быть составлен с учетом научно-технического прогресса и близящейся смены технологических укладов.

Современную российскую экономику можно охарактеризовать как многоукладную: больше половины отраслей национальной экономики являются ведущими отраслями IV технологического уклада, около трети - отрасли III технологического уклада. На долю пятого, завершающегося во всех развитых странах, технологического уклада приходится не более 10% отраслей российской экономики.

Настоящий (пятый) технологический уклад согласно оценкам экспертов близок к пределам своего роста, о чем свидетельствует скачкообразное изменение цен на энергоносители в 2014-2017 гг.

О смене технологических укладов также свидетельствуют кризисные явления в мировой экономике и ряде национальных экономик, социальные потрясения (вооруженные конфликты в Сирии и на Украине), стихийные бедствия, техногенные катастрофы (аварии на Саяно-Шушенской ГЭС, АЭС Фукусима-1). Эти явления соответствуют понижательной волне цикла Н.В. Кондратьева. Экономический спад, как можно проследить по истории экономики, это время накопления потенциала для начала следующего цикла, следующей волны, следующего технологического уклада.

Отрасли наступающего шестого технологического уклада (нанотехнологии, биотехнологии и когнитивные технологии и т.д.) в России не развиты. Причины этого заключены в истории развития энергетики [].

Ориентиры стратегического развития НГК в рамках энергетической стратегии России на период до 2035 года [11] должны быть реализованы в процессе перехода к VI технологическому укладу [9]. Ядром нового технологического уклада станут нанотехнологии, биотехнологии и когнитивные технологии [21].

Смена технологических укладов потребует значительного количества различных факторов производства, в том числе и энергетических ресурсов. Поэтому роль НГК в ближайшие годы в экономике возрастет, однако, не как основного источника бюджетных доходов, а как вспомогательного элемента переходного процесса. Для обеспечения новых потребностей меняющейся экономики и развивающейся промышленности весь топливно-энергетический комплекс должен претерпеть ряд изменений. Это касается, прежде всего, структуры топливно-энергетического баланса. Согласно диалектике энергетики на смену нефти и газа приходит электроэнергия, именно она должна занять наибольший удельный вес в структуре энергоносителей страны в ближайшее время [4, 13]

Шестой технологический уклад также предполагает развитие новых неуглеводородных, экологически чистых источников энергии, дальнейшее развитие энергосберегающих технологий [21]. В это время по прогнозам экспертов [4, 19] произойдет изменение структуры и сокращение объемов энергопотребления в мировом масштабе, при этом роль энергии в производстве будет усиливаться [21].

Таким образом, у России появляется возможность отойти от сырьевой модели экономики. Однако для реализации этой возможности необходимо эффективно использо-

вать весь имеющийся ресурсный и инновационный потенциал страны. Эффективное использование предполагает не только планирование и организацию мероприятий по перестройке экономики, но и управление ими. Это означает наступление времени не только технологических, но и управленческих инноваций: разработка новых подходов к управлению, модернизация уже существующих. Управленческие инновации потребуются и во вновь создаваемых отраслях, и в уже существующих, в том числе - в НГК.

Управленческие инновации способствуют повышению эффективности функционирования предприятий и соответствуют осуществляемой либерализации энергетических рынков. В совокупности формируют благоприятный инвестиционный климат в отраслях НГК. Дополнительные капиталовложения позволят решить сырьевые, технические и технологические проблемы энергетики.

Наблюдавшееся в 2007-2008 гг. повышение спроса и цен на нефть и иные энергоносители свидетельствовало о начале процесса замещения устаревшего технологического уклада новым. Рост цен на энергоносители в переходный период обусловлен их избыточным потреблением в разросшихся технологических цепях старого технологического уклада. Тенденция роста потребления сырья и материалов, энергии сохраняется и в начальной стадии нового технологического уклада, однако она обусловлена уже развивающимся новым производством и приходится на более эффективные энергоносители. Таким образом, спрос на энергоресурсы (в том числе и российские) будет возрастать за счет стран-лидеров нового технологического уклада.

В целом в течение повышательной волны экономического развития в рамках технологического уклада будет происходить рост цен на энергоносители. Начавшийся в 2016 г. рост цен на энергоносители можно также оценивать как индикатор перехода к VI технологическому укладу. Тенденция роста цен сохранится в ближайшие 10 лет.

Согласно прогнозам С.Ю. Глазьева [6, 7] в рамках VI технологического уклада будут интенсивно развиваться космические технологии, атомная промышленность, гибкая автоматизация производства, производство конструкционных материалов с заранее заданными свойствами, авиатранспорт.

Все указанные виды деятельности косвенно или непосредственно приведут к увеличению объемов добычи энергоресурсов и генерации энергии.

Атомная энергия и природный газ, как основные энергоносители, будут дополнены экологически чистым водородом, а также возобновляемыми источниками энергии. Для экономического роста потребуется меньшее количество энергии и материалов, поэтому спрос на энергоносители будет заметно отставать от объемов выпуска готовой продукции в связи с использованием новых энергосберегающих технологий.

Согласно прогнозам аналитиков в краткосрочной перспективе (до 2030 г.) будет наблюдаться увеличение объемов потребления ископаемых энергоресурсов [10, 12, 15] и их снижение в долгосрочной [19, 20]. Это связано в первом случае с ростом населения планеты, во втором - с научно-техническим прогрессом, переходом к VI технологическому укладу, в котором углеводороды не будут ведущим энергоносителем.

С учетом выявленных факторов перспектив развития НГК России и определяющей роли инновационной деятельности составлен прогноз развития отечественного нефтегазового комплекса (табл. 1). В таблице также приведены план развития комплекса, предусмотренный Энергетической стратегией России, и прогноз [6, 8].

Прогноз развития НГК России [1, 2]

| Показатели | Энергетическая стратегия России до 2035 г. | Развитие технологических укладов (С.Ю. Глазьев) | Прогноз автора статьи |
|-----------------------|--|---|---|
| Энергоносители | Нефть, уголь, природный газ, ядерное топливо. | Природный газ, ядерное топливо, водород. | Нефть, природный газ, ядерное топливо, гидроэнергоресурсы. |
| Рынки | - сокращение европейских рынков; - расширение рынков АТР; - снижение экспорта нефтепродуктов; - развитие внутренних рынков. | - переориентация поставок энергоресурсов с Запада на Восток; - развитие внутренних рынков. | - увеличение объемов поставок в азиатские страны; - снижение объемов поставок в европейские страны; - либерализация внутренних рынков; - сокращение удельного веса экспорта нефтепродуктов; - росту экспорта нефтепродуктов будут способствовать инвестиции в основной капитал отрасли. |
| Цена на энергоресурсы | Рост цен на нефть до 80-95 долл. За баррель. | Рост цен на энергоносители вплоть до 2040 г. в рамках повышательной волны экономического цикла Кондратьева. | Рост цен на энергоносители в связи с развитием энергоемких отраслей промышленности. Рост цен сохранится примерно до 2040 г. - пика экономического развития VI технологического уклада. |
| Потребление | Увеличение потребления первичной энергии на 17 %. | - | Рост потребления энергоресурсов отраслями ядра нового технологического уклада. |
| Инновации | - управление и регулирование рынков; - технологии добычи, переработки и транспортировки; - государственные программы поддержки инновационной деятельности; - закрытая модель инновационного процесса. | - | - автоматизация механизмов рыночного взаимодействия с помощью электронных торговых площадок; - технологии добычи, переработки, генерации и транспортировки энергоресурсов; - подходы и инструменты управления предприятиями; - открытая модель инновационного процесса. |
| Энергоемкость ВВП | Снижение энергоемкости ВВП в 1,6 раз. | - | Снижение энергоемкости ВВП до 0,1-0,15 - уровня, обеспечивающего конкурентоспособность российским товарам и услугам. |
| Экономическая система | Рост экономики в 1,5 раза. | | Переход от сырьевой модели развития к инновационной. |
| Примечание | По данным регрессионного анализа, проведенного автором | | |

В своем прогнозе автор статьи опирается на положение о том, что переход к инновационной модели экономики существенно изменит внутренние и внешние макроэкономические показатели.

В настоящее время нельзя составить прогноз динамики цены, так она будет зависеть от новых, ранее не наблюдавшихся факторов. Использовать предыдущие значения не имеет

смысла, так как там присутствуют данные кризисного и политического характера, вероятность повторения которых мала: мировой энергетический кризис; распад СССР, перестройка экономики, дефолт 1998 г., кризис 2008 г., экономические санкции.

Прогнозирование экономического роста на основе имеющихся данных затруднено поскольку:

- в новом технологическом укладе появятся виды экономической деятельности, ранее не существовавшие, поэтому сложно оценить их вклад в ВВП;

- данные о состоянии национальной экономики с 2014 г. подвержены влиянию экономических санкций, которые могут быть отменены в любой момент в будущем или ужесточены. Этот факт порождает неопределенность и ограничивает возможности прогнозирования.

Как видно по данным таблицы 1, реализация Энергетической стратегии России потребует значительных ресурсов не только финансового и материального характера (инвестиции, оборудование и приборы учета), но и информационно-управленческого. Для эффективного функционирования энергетических предприятий, решения существующих проблем и дальнейшего развития потребуются более эффективные подходы к управлению ими и инструменты управления.

Важным в прогнозировании развития НГК являются международные отношения, а именно - экспорт продукции и импорт технологий. В настоящее время наблюдается ранее прогнозируемое перераспределение энергетических потоков в мире, а также зон экономической активности.

В работах С.Ю. Глазьева [6, 7] и ряда других исследователей неоднократно говорится о перераспределении сферы экономического влияния между востоком и западом. При переходе к рыночной экономике Россия многое переняла у западных стран в вопросах организации и управления хозяйственной деятельностью. Перемещение внешнеполитических и экономических интересов на восток потребует также ряд изменений в менеджменте и экономике, прежде всего, в НГК, потому что большая часть сделок со странами АТР связана с отраслями комплекса.

Список литературы

1. Key World Energy Statistics 2016 [Электронный ресурс]. Официальный сайт International Energy Agency. Retrieved from: http://www.iea.org/publications/freepublications/publication/KeyWorld_Statistics_2015.pdf (дата обращения 04.04.2016)
2. The Global Innovation Index 2016. Winning with Global Innovation [Электронный ресурс]. The Global Innovation Index. Retrieved from: <https://www.globalinnovationindex.org/gii-2016-report> (дата обращения 22.12.2016).
3. Бушуев, В.В. (2014). Энергия и судьба России. М.: Энергия. 292 с.
4. Бушуев, В.В., Громов, А.И., Куричев Н.К., Николаев М.А., Соловьев Д.А., Тиматков В.В. & Черников А.А. (2012). Энергетические истоки и последствия глобального кризиса 2010-х годов. Монография. М.: Энергия, 88 с.
5. Галкина А.А., Грушевенко Е.В., Грушевенко Д.А., Кулагин В.А., Сорокин С.Н. (2011). Прогноз до 2040 года. Главные проблемы и вызовы для энергетики [Электронный ресурс] // Независимая газета. URL: http://www.ng.ru/ng_energiya/2013-06-11/11_prognoz.html (дата обращения 09.11.2014).
6. Глазьев С.Ю. (2007). Стратегия опережающего развития российской экономики в условиях глобальных технологических сдвигов. М.: НИР.
7. Глазьев С.Ю. (2010). Стратегия опережающего развития российской экономики в условиях глобального кризиса. М.: Экономика. 287 с.
8. Глазьев С.Ю., Харитонов В.В. (2009). Нанотехнологии как ключевой фактор нового технологического уклада в экономике. М.: Тривант. 304 с.
9. Горшенин В. (2010). Шестой технологический уклад: вызовы для России // Бизнес-Ключь. №3-4 (40-41) с. 22-24.
10. Демина О.В., Новицкий А.А. (2012). Энергетические рынки стран АТЭС: возможности для России // Пространственная Экономика. № 3. с. 55-78.
11. Доклад и презентация к выступлению заместителя Министра Алексея Текслера на форуме ТЭК России в XXI веке. (2014) [Электронный ресурс] // Официальный сайт Министерства энергетики РФ. URL: <http://www.minenergo.gov.ru/press/doklady/18298.html> (дата обращения 17.01.2015).

12. Кипнис Е.А. (2014). Тенденции развития мировой энергетики // Международный академический вестник. № 6(6). с. 60-62.
13. Лапаева М.Г., Лапаева О.Ф. (2004). Основные этапы формирования и развития топливно-энергетического комплекса // Вестник ОГУ. № 8. с. 4-12.
14. Макаров А.А., Митрова Т.А., Кулагин В.А. (2012). Долгосрочный прогноз развития энергетики мира и России // Экономический журнал ВШЭ. № 2. с. 172-203
15. Масленникова Ю.А. (2010). Современные проблемы экономики и управления нефтегазовым производством // Труды Российского государственного университета нефти и газа им. И.М. Губкина. № 2. с. 144-151.
16. Миркин Я.М. (2014). Нефтяная ловушка // Прямые инвестиции. № 4 (144). с. 18-21.
17. Остроухова Н.Г. (2015а). Обзор проблем отечественного топливно-энергетического комплекса // Вестник Тюменского государственного университета. Социально-экономические и правовые исследования. Т. 1. № 4 (4). с. 138-148.
18. Остроухова Н.Г. (2015с). Современное состояние и ключевые тенденции развития мировых энергетических рынков: последствия для России // Вестник НГУ. Серия: Социально-экономические науки. Т. 15. Вып. 2. с.23-35.
19. Плакаткин Ю.А. (2012). Мировое развитие и закономерности глобальной энергетики// Вестник российской академии естественных наук. № 3 с. 3-10
20. Плакаткин Ю.А. (2013). Цены на нефть - перспектива падения возможна // Вестник российской академии естественных наук. № 1 с. 52-57
21. Рыбцев В.В. (2011). Переход к шестому технологическому укладу как механизм перехода к инновационному пути развития [Электронный ресурс]// Креативная экономика. № 4 (52). с. 3-8. URL: <http://www.creativeconomy.ru/articles/3388/> (дата обращения 29.01.2015)
22. Федеральный бюджет [Электронный ресурс] // Официальный сайт Министерства финансов РФ. URL: <https://www.minfin.ru/ru/statistics/fedbud/> (дата обращения 10.12.2018).
23. Экспорт Российской Федерации энергетических товаров [Электронный ресурс] // Официальный сайт ЦБ РФ. URL: <https://www.cbr.ru/statistics/?PrtlId=svs> (дата обращения 10.12.2018).

© Н.Г. Остроухова, 2018

УДК 338.1

ПРОБЛЕМЫ ВВЕДЕНИЯ ЕДИНОЙ ВАЛЮТЫ ЕВРАЗИЙСКОГО ЭКОНОМИЧЕСКОГО СОЮЗА

И.Г. ПЕРЕПЁЛКИНА

старший преподаватель

Самарский государственный социально-педагогический университет

З.В. КРАНИНА

студент

Самарский государственный экономический университет

г. Самара

В статье подвергнуты анализу проблемы валютно-экономической интеграции стран Евразийского экономического союза. Приведены ее основные сдерживающие факторы исходя из реального состояния экономик стран ЕАЭС

Ключевые слова: Евразийский экономический союз, валютно-финансовая интеграция, единая Евразийская валюта, валютная зона, национальная валюта.

Валютная интеграция требует долговременной продуманной подготовки, предшествующей разработке и проведению согласованной валютной политики странами-участницами с формированием межгосударственных организаций, призванных осуществлять валютное регулирование. Первоочередными мерами здесь выступают стабилизация валютных курсов, создание системы трансграничных расчетов, консолидация валютных и финансовых рынков.

Объективно необходимым этапом проведения валютной интеграции выступает усиление роли национальных денежных единиц в расчетах внутри регионального объединения и за его пределами. Так, использование российского рубля и денежных единиц партнеров для внешнеэкономических расчетов заявляется Россией в качестве официальной политики взаимодействия и за пределами ЕАЭС, в случае интереса к этому другим стран-контрагентов (например, Китая, Индии, Турции).

Среди основных экономических препятствий таких валютно-финансовых преобразований следует выделить высокие транзакционные издержки использования валют стран с малыми размерами экономик и финансовых рынков, недостаточный уровень их развития, краткосрочность периодов макроэкономической стабильности, а также сложившиеся рыночные стандарты котировки сделок в резервных валютах, отсутствие рыночных механизмов хеджирования валютных рисков, а также офшорные схемы внешнеэкономической деятельности.

Вместе с тем, использование национальных валют ЕАЭС во взаимных сделках уменьшает для многих предпринимателей нежелательные валютные риски, сокращает экономические и регуляторные барьеры для участия во внешнеэкономических операциях, содействует укреплению макроэкономической стабильности, а также развитию национальных финансовых рынков [1].

Таблица 1

Валютная структура расчетов по торговым операциям внутри ЕАЭС, в % [2]

| Валюта платежа | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 |
|-----------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| армянские драмы | 0,1 | 0,1 | 0,1 | 0,1 |
| белорусские рубли | 0,3 | 0,5 | 0,4 | 0,4 |
| казахстанские тенге | 0,5 | 1,1 | 0,7 | 0,9 |
| киргизские сомы | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 |
| российские рубли | 67,4 | 68,0 | 74,1 | 74,9 |
| доллары США | 26,3 | 25,0 | 19,3 | 18,3 |
| евро | 5,2 | 5,1 | 5,2 | 5,2 |
| прочие валюты | 0,2 | 0,2 | 0,2 | 0,2 |

Во взаимных расчетах за товары и услуги внутри ЕАЭС все более преобладали платежи в российских рублях, доля которых в 2017 г. составила почти 75%, тогда как на расчеты в других национальных валютах стран ЕАЭС приходилось около 1% (табл. 1). Другой тенденцией в изменении рассматриваемой структуры платежей является сокращение доли расчетов в долларах США и единой европейской валюте (евро).

Со странами мира в целом расчеты за экспорт товаров и услуг в Беларуси осуществлялись в российских рублях (38%), в долларах США - 26%, в евро - 33%, соответственно. Другие страны ЕАЭС осуществляли расчеты преимущественно в долларах США: в Казахстане их доля составила 82%, в Кыргызстане и в России - 68% (табл. 2).

**Валютная структура поступлений от экспортных операций
в глобальной экономике стран ЕАЭС в 2017 г., в % [2]**

| Валюта платежа | Беларусь | Казахстан | Кыргызстан | Россия |
|---------------------|----------|-----------|------------|--------|
| армянские драмы | - | - | - | 0,0 |
| белорусские рубли | 1,0 | - | - | 0,2 |
| казахстанские тенге | 0,0 | 2,0 | 2,8 | 0,1 |
| киргизские сомы | - | 0,0 | - | 0,0 |
| российские рубли | 38,6 | 9,7 | 25,5 | 15,6 |
| доллары США | 27,8 | 83,7 | 69,7 | 68,3 |
| евро | 31,6 | 2,7 | 1,7 | 14,3 |
| прочие валюты | 0,8 | 2,0 | 0,3 | 1,5 |

В валютной структуре платежей за импорт товаров и услуг в глобальной экономике преобладали платежи в долларах США: в Казахстане они составили 56%, в Кыргызстане - 80%, в России - 36%. Только в Беларуси наибольший объем расчетов за импорт товаров и услуг осуществлялся в российских рублях - 48%.

Сдерживающими факторами валютной интеграции стран ЕАЭС являются:

- нестабильность обменных курсов национальных валют стран-участниц;
- несогласованность политик Центральных банков стран, о чем свидетельствует различия в показателях монетарной политики стран ЕАЭС;
- недостаточная развитость финансовой и, в частности, банковской систем;
- слабая гармонизация налогово-бюджетных политик стран ЕАЭС;
- макроэкономическая нестабильность страны-лидера в среднесрочном периоде сочетается с существенными различиями в проведении общезкономической политики по странам ЕАЭС [3].

Список литературы

1. Данилов Ю.А., Буклемишев О.В., Седнев В.П., Коршунов Д.А., Национальные валюты во взаиморасчетах в рамках ЕАЭС: препятствия и перспективы. / СПб.: ЦИИ ЕАБР, 2018. 76 с.
2. Евразийская экономическая комиссия [Электронный ресурс]// URL: http://eurasiancommission.org/ru/act/integr_i_makroec/dep_makroec_pol/monitoring/Pages/default.aspx (дата обращения: 01.12.2018).
3. Туякова Д.Ж. Перспективы развития валютной интеграции в рамках Евразийского экономического союза // Научные исследования. 2017. № 5 (16). С. 36-39.

© И.Г. Перепёлкина, З.В. Кранина, 2018

УДК 338.31

БЮДЖЕТИРОВАНИЕ КАК ИНСТРУМЕНТ ПОВЫШЕНИЯ ДОХОДНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

А.С. САБАЕВА

студент

Филиал ФГБОУ ВО «Самарский государственный технический университет»

г. Сызрань

В данной статье рассмотрена возможность использования процесса бюджетирования для обоснования мероприятия по повышению доходности хозяйственного субъекта. В рамках работы

были проведены расчеты, свидетельствующие об эффективности использования процесса бюджетирования на конкретном предприятии.

Ключевые слова: бюджетирование, выручка, затраты, бюджет, эффективность.

Бюджетирование представляет собой процесс составления и принятия бюджета организации, а так же осуществления контроля за его исполнением. Данная процедура давно практикуется за рубежом, а в последние годы получила распространение и в России. В современных экономических условиях, предприятие не будет успешно функционировать, если процесс бюджетирования не взаимосвязан с динамикой развития бизнеса. Кроме того, составление бюджета и его согласование является самой трудоемкой частью всего цикла планирования.[2]

Бюджетирование помогает найти решение многих сложных задач, которые встают перед предприятием:

1. Разработка мероприятий, которые обеспечат достижения целей организации;
2. Координация хозяйственной деятельности предприятия, структурных подразделений;
3. Своевременный мониторинг фактических отклонений результатов деятельности предприятия, определение причин, вызвавших отклонения, и проведение мероприятий, регулирующих положение организации;
4. Контроль расхода финансовых и материальных ресурсов предприятия;
5. Контроль выполнения планов финансовыми отделами и их руководством;
6. Мотивирование сотрудников финансовых отделов к достижению целей своего отдела;
7. Согласование интересов менеджеров предприятия.

Бюджет является основой бюджетирования. Бюджет представляет собой документ, содержащий количественные показатели плана, которые характеризуют доходы и расходы предприятия и его отдельных подразделений, позволяющие определить финансовые результаты и капитал, необходимый для достижения заданной цели.

Процесс бюджетирования состоит из трех основных частей:

1. Технология бюджетирования;
2. Организация бюджетирования;
3. Использование информационных технологий.[1]

Внедрение бюджетирования на предприятие представляет собой сложный процесс, который состоит из нескольких взаимосвязанных этапов:

- 1 этап: формирование финансовой структуры;
- 2 этап: создание бюджетной структуры;
- 3 этап: разработка методов и процедур управленческого учета;
- 4 этап: создание регламента планирования;
- 5 этап: введение системы бюджетирования в организацию.

Бюджетирование помогает выявить и искоренить множество проблем, которые до этого были не видны, а эффективность бюджетирования показывает эффективность всего предприятия в целом.

Для того, чтобы применить процесс бюджетирования на практике, необходимо рассмотреть деятельность предприятия ООО «Инокс», находящееся в г.Сызрань по адресу ул. Загорская 3-я, 4а. Зарегистрировано 10 сентября 2007 г. ООО «Инокс» специализируется на производстве отделочных и завершающих работ, оказывает услуги по ремонту и строительству. За годы своего существования, предприятие заключило большое количество контрактов с такими

организациями как Администрации Г.О.Сызрань , ЖКХ г.Сызрань, МБУ ,Центральной городской библиотекой г. Сызрань, Центральной Городской Больницей г.Сызрани, Центром Гигиены и Эпидемиологии в Самарской области и т.д.

По результатам анализа, было установлено, что выручка ООО «Инокс» в течение 2017 года значительно снизилась. За 2016 год она составляла 160 488 тыс. руб , тогда как на 2017 год она составила 117 709 тыс.руб. Аналогично с выручкой, которая имела тенденцию к снижению, снизилась прибыль предприятия .Исходя из этого, нами были разработаны мероприятия для повышения доходности.

В процессе изучения деятельности предприятия ООО «Инокс», было выяснено что организация арендует у ООО «Самара-Терминал» производственные площади, административные помещения, а так же участки по ремонту оборудования. В большинстве своем, арендуемые площади используются в полном объеме. Но необходимо отметить, что в состав производственных площадей также включены гаражи и ангары для ремонта транспорта предприятия. В настоящее время ремонт транспорта и оборудования предприятия занимает всего 40% от полезного рабочего времени, и мы можем сделать вывод о том, что производственные площади предприятия недоиспользованы. Таким образом, для повышения эффективности работы предприятия и повышения его доходности было принято решение о расширении сферы оказываемых предприятием услуг. Для обоснования данного решения мы используем метод бюджетирования.

Открытие сервиса по техническому обслуживанию грузового транспорта на базе предприятия не требует больших вложений, так как в ведении предприятия имеется много оборудование с помощью которого осуществляется ремонт собственного транспорта ООО «Инокс». Кроме того, в штате предприятия имеются специалисты, имеющие соответствующую квалификацию для оказания услуг по техническому обслуживанию грузового транспорта. Сервисное обслуживание собственного транспорта предприятия будет осуществляться вне очереди, таким образом, расширение сферы оказываемых услуг не будет оказывать отрицательного влияния на основную деятельность предприятия.

В ведении предприятия ООО «Инокс» имеются:

1. Производственные помещения:

Таблица 1

Производственные помещения ООО «Инокс»

| Помещение | Площадь, кв.м. |
|---|----------------|
| Административное помещение ,1 шт. | 60 |
| Гараж;8 шт. | 400 |
| Участок по ремонту оборудования, 5 шт. | 1500 |
| Помещение отдела капитального строительства,1 шт. | 55 |

2.Основные средства на сумму 14 960,81 тыс.руб , в состав которых входят сооружения ,рабочие и силовые машины ,оборудование ,инструмент и т.д.

Для того чтобы открыть на базе ООО «Инокс» станцию технического обслуживания грузовых автомобилей предприятию необходимо приобрести инструменты для осуществления деятельности СТО на сумму 615 тыс.руб. В перечень инструментов входит : разборочно-сборочное оборудование, грузовой стапель ,система для ремонта двигателя. Кроме того, потребуются дополнительные вспомогательные материалы (фильтры раз-

личных видов, жидкости для промывки форсунок, шайбы, предохранители, заклепки и т.д.) на сумму 108 тыс. руб. Также, предприятие понесет дополнительные затраты на отопление и энергию со стороны в размере 93 тыс.руб. Планируется, что на станции технического обслуживания будут задействованы 4 человека : мастер на яме, мастер жестяного цеха, работник шиномонтажа, мастер сход-развала. Средняя зарплата сотрудника предприятия составляет 25 тыс.руб. Таким образом, ежегодные затраты на заработную плату работников СТО составят :

$$\text{Фзп} = \text{Зср.м.} \times \text{Чср.сп.} \times 12, \text{ где}$$

Фзп-фонд заработной платы;

Зср.м.- среднемесячная заработная плата;

Чср.сп.-среднесписочная численность работников.

$$\text{Фзп} = 25000 \times 4 \times 12 = 1200 \text{ тыс.руб.}$$

Соответственно, отчисления на социальные нужды составят 360 тыс.руб. , а прочие затраты , в свою очередь, равны 305 тыс.руб.

Смета материальных и трудовых затрат ООО «Инокс» с учетом расширения предприятия выглядит следующим образом:

Таблица 2

Смета производственных затрат ООО «Инокс»

| Элемент затрат | Сумма затрат по статье, тыс.руб |
|--------------------------------|---------------------------------|
| Сырье и основные материалы | 615 |
| Вспомогательные материалы | 108 |
| Отопление со стороны | 72 |
| Энергия со стороны | 21 |
| Заработная плата | 1200 |
| Отчисления на социальные нужды | 360 |
| Прочие затраты | 305 |
| Итого | 2681 |

Предлагаемые ООО «Инокс» услуги будут пользоваться спросом, так как сервисное обслуживание грузовых автомобилей до этого не осуществлялось нигде в городе Сызрань. С учетом этого, планируется, что через станцию обслуживания за один рабочий день будет проходить 4-5 грузовых машин , со средней стоимостью оказанных услуг 6 тыс.руб. В данном случае, дневная выручка будет составлять в среднем 30 тыс.руб. , а за год выручка предприятия за счет расширения сферы услуг составит 7410 тыс.руб .

Таким образом, предприятие ООО «Инокс» получит дополнительную прибыль в размере 4729 тыс.руб .

Исходя из этого, можно сделать вывод, что применение метода бюджетирования на практике позволило обосновать необходимые затраты на расширение бизнеса.

Список литературы

1. О.Н. Лихачева, С.А. Щуров; Под ред. И.Я. Лукасевича. - М.: Вузовский учебник, ИНФРА-М, 2011. - 127 с.
2. Бурцев В.В. Через бюджетирование к эффективному менеджменту. // Финансовый менеджмент, 2012 г, №1.- 41 с.

© А.С. Сабаева, 2018

УСТАНОВЛЕНИЕ МУЛЬТИПЛИКАТОРОВ СТОИМОСТИ ПРИ СРАВНИТЕЛЬНОМ МЕТОДЕ ОЦЕНКИ КОММЕРЧЕСКИХ БАНКОВ

О.Н. САЛМАНОВ

доктор экономических наук, профессор кафедры финансов и бухгалтерского учета,
Технологический университет
г. Королев, Московская область

В работе предложен аналитический инструментарий для оценки стоимости собственного капитала банков как не торгуемых биржевых активов. Установлены регрессионные зависимости мультипликатора «цена-балансовая стоимость» от факторов - стандартного отклонения прибыли и рентабельности собственного капитала, а также регрессионной зависимости мультипликатора «цена-прибыль» от наиболее значимых факторов создания стоимости - темпов роста прибыли и риска в виде коэффициента бета. Установлена статистическая достоверность данных регрессий.

Ключевые слова: мультипликатор «цена-прибыль», мультипликатор «цена - балансовая стоимость», сравнительный подход, оценка стоимости банков

Банковский менеджмент строится на управлении и максимизации ценности банка, для чего выявляются факторы, как формирующие, так и снижающие ценность банка. Кроме того, оценка банков важна при проведении сделок слияния и поглощения, а также сделок по купле-продаже банковского бизнеса. Эффективность работы коммерческих банков связаны с периодической, быстрой и достоверной оценкой их стоимости. Но ряд параметров оценки стоимости банков вызывает объективное затруднение, в частности оценка долга, реинвестиций, и вследствие этого - денежных потоков. Для отечественных банков сложность связана также с тем, что подавляющее большинство банков не акционировано и поэтому отсутствует биржевая торговля акциями.

Поскольку при оценке банков возможны затруднения в получении статистически надежной информации, то рационально взять за основу сравнительный подход к оценке. Но сравнительный подход трудно использовать без информации о биржевых котировках акций аналогов, а также суммах сделок слияний и поглощений. В результате этого сравнительный метод для оценки банков применяется в очень ограниченном масштабе. Основные методы и трудности оценки банков приведены в работах А. Дамодарана [1], Т. Коупленда, Т. Коллера и др. [2]. Особенности, нормативная база, основные подходы к оценке стоимости банков дана в работе В.М. Рутгайзера, А.Е. Будичкого [3].

Сравнительный метод оценки активов в других секторах экономики широко применяется. Специфика применения мультипликаторов для компаний развивающихся рынков капитала приведена в работе Т.В. Тепловой [4], оценка капитала с использованием мультипликаторов в качестве контроля за различиями между фирмами, в работах автора по оценке стоимости компаний ритейла на развивающемся рынке [5], оценке компаний технологического сектора развивающихся рынков [6], коррекции мультипликаторов на темпы роста ВВП на Европейском фондовом рынке [7].

Оценка банковского бизнеса в зарубежных странах является обычной практикой в силу наличия у банков биржевой торговли акциями. Кроме того, рядом зарубежных исследователей рассматривался вопрос об оценке не торгуемых на бирже активов - А. Дамадарана [1], I. Velez-Pareja [8]. В российских условиях практика оценки банковского бизнеса продолжает вызывать затруднения в силу вышеназванных причин. Однако требование современного менеджмента поставить стоимость банков центральным фактором управления их капиталов вызывает потребность в быстрой и достоверной оценке банковского бизнеса.

Одной из главных возможностей оценить собственный капитал банков является модель дисконтирования дивидендов [1, 4]. Эта модель достаточно гибка и ее возможно применить для банков, не выплачивающих дивидендов. Сделаем допущения о постоянной величине роста дивидендов, и предположим, что коэффициенты выплат и темпы роста (g) являются постоянными в течение первых n лет. Можно выразить ожидаемые дивиденды в будущем через произведение прибыли, ожидаемой в это время и коэффициента выплаты. Элиминирование дивидендов из ожидаемой прибыли позволяет перейти к установлению роста через ожидаемый рост прибыли. Такой подход легче реализовать, чем рост дивидендов. Оценить рост прибыли можно по историческим данным. Коэффициент выплат устанавливается путем деления дивидендов на прибыль. Опуская аналитические преобразования, получим выражение для мультипликатора PE из двухфазной модели:

$$P_0/EPS_0 = \frac{(1 - g/ROE_h) (1 + g) \left[1 - \frac{(1 + g)^n}{(1 + r_{e,h})^n} \right]}{r_{e,h} - g} + \frac{(1 - g_n/ROE_s) * (1 + g_n)^n (1 + g_n)}{(r_{e,s} - g_n)(1 + r_{e,h})^n}, \quad (1)$$

где рентабельность собственного капитала: ROE_h - с быстрым ростом и ROE_s - когда рост становится стабильным.

Стоимость собственного капитала (r_e) возможно установить или по модели оценки финансовых активов или по многофакторной модели.

Данная общая формула применима к любой фирме, в том числе не выплачивающей дивиденды.

Проделив аналогичные преобразования, получаем выражение для мультипликатора PBV :

$$P_0/BV_0 = \frac{(ROE - g_n) * (1 + g) \left[1 - \frac{(1 + g)^n}{(1 + r_{e,h})^n} \right]}{r_{e,h} - g} + \frac{(ROE - g_n) * (1 + g_n)^n (1 + g_n)}{(r_{e,s} - g_n)(1 + r_{e,h})^n}, \quad (2)$$

Для оценки банковского сектора были взяты 50 первых банков по объему капитала, все данные банков были взяты с сайтов банков и www.ra-national.ru [9]. Темпы роста прибыли были оценены по историческим данным прибыли [9]. В необходимых случаях - при отрицательной прибыли, отрицательной разнице ROE и темпов роста, данные были подвргнуты оценочной корректировке.

Бета для банковского сектора была установлена как бета по регрессии индекса банковского сектора $MICEXFNL$ по отношению к индексу МосБиржи - $IMOEX$. Источник данных - сайт Московской биржи [10]. Период с 1.01.2013 по 1.01.2018. Установлено, что кова-

риация между доходностью индекса биржи и финансового индекса $cov(R_m, R_{FNL})=0,0018$, дисперсия доходности индекса биржи $\sigma^2_m = 0,0021$. Отсюда бета равна

$$\beta = cov(R_m, R_{FNL}) / \sigma^2_m = 0,0018 / 0,0021 = 0,8494$$

Модель *CAPM* принята в редакции А. Дамодарана [11]:

$$r_e = r_{fM} + \beta_M * MERP_M + CRP \quad (3)$$

где r_{fM} - безрисковая ставка доходности на зрелом (*Mature*) рынке, β_M - коэффициент бета на зрелом рынке, $MERP_M$ - (*Market Equity Risk Premiums*) рыночная премия за риск на зрелом рынке, CRP - страновая премия за риск. Коэффициент бета устанавливался как произведение установленного коэффициента на бету по рынку США. Трансформация этого выражения в формулу для рынка РФ по сравнению с рынком США производилась по данным А. Дамодарана [11]).

По данной модели *CAPM* была установлена стоимость собственного капитала коммерческих банков. Далее были установлены все требуемые показатели, включая мультипликаторы PE и PBV . Среднее значение по выборке мультипликатора $PBV=0,57$ (Таблица 1).

средств, рентабельности собственного капитала - которые влияют на стоимость. Эти различия необходимо смягчать, что лучше всего достигается регрессионным методом.

В данной работе выполнена оценка методом мультипликаторов части банковского сектора по выборке из 50 банков по рейтингу собственного капитала. Установлено, что мультипликаторы «цена-прибыль» и «цена-балансовая стоимость» имеют значимую статистическую связь с фундаментальными показателями. Этими показателями являются темп роста прибыли, коэффициент бета, стандартное отклонение прибыли и рентабельность собственного капитала.

Список литературы

1. Дамодаран А. Инвестиционная оценка. Инструменты и техника оценки любых активов. М.: Альпина Бизнес Букс, 2004.
2. Коупленд Т., Коллер Т., Муррин Д. Стоимость компаний: оценка и управление. - М.: ЗАО «Олимп-Бизнес», 2005.
3. Рутгайзер В.М., Будицкий А.Е. Оценка рыночной стоимости коммерческого банка. методические разработки. Москва, Издательство: Маросейка, 2007.
4. Теплова Т.В. Инвестиции. М.: Издательство Юрайт, 2013.
5. Салманов О.Н. Мультипликаторы балансовой стоимости и оценка стоимости компаний ритейла на развивающемся рынке. М.: Сервис в России и за рубежом. Т.31. №., с.96-107, 2012.
6. Салманов О.Н., Бабина Н.В., Баширова С.В., Самошкина М.В. Основные тенденции на российском рынке акций и сравнительная оценка компаний технологического сектора развивающихся рынков. В книге Социально-экономические и правовые основы развития экономики. Коллективная монография. Уфа, Аэтерна, 2016. С. 77-104, <http://aeterna-ufa.ru/sbornik/SEIPOE-11.pdf>
7. Salmanov O.N., Babina N.V., Bashirova S.V., Samoshkina M.V., Bashirov R.R. The Importance of The Country's GDP in the Evaluation of Companies Using Multiples on the European Stock Market. Regional and Sectoral Economic Studies. 2016. Т. 16. № 1. С. 34-44.
8. Velez-Pareja, Ignacio, Cost of Capital for Non-Traded Firms (November 23, 2005). <https://ssrn.com/abstract=366981> or <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.366981>
9. Сайт Национального рейтингового агентства «НРА» www.ra-national.ru (дата обращения 4.06.2018)
10. Сайт московской биржи www.moex.com (дата обращения 07.06.2018).
11. Damodaran, Aswath, Country Risk: Determinants, Measures and Implications - The 2018 Edition (July 23, 2018). <https://ssrn.com/abstract=3217944>

© О.Н. Салманов, 2018

УДК 336.7

ПРОБЛЕМЫ И ПУТИ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ ИНВЕСТИЦИОННОГО КРЕДИТОВАНИЯ В РОССИИ

О.В. СЕРГЕЕВА

студент

Л.В. ФЕОФИЛАКТОВА

старший преподаватель кафедры экономики

Самарский государственный социально-педагогический университет

г. Самара

В статье рассмотрены проблемы инвестиционного кредитования в стране и способы реализации процессов инвестиционного кредитования.

Ключевые слова: инвестиции, инвестиционное кредитование, банки, кредит.

На современном этапе развития без внедрения новых технологий и научных разработок предпринимателям и коммерческим банкам непросто оставаться конкурентоспособными, а также поддерживать устойчивый уровень развития производства при опережающем росте прибыли.

За счет средств только государственного бюджета невозможно профинансировать многочисленные инновационные проекты, а воспользоваться привлечением зарубежных инвесторов не всегда экономически обоснованно и прибыльно. В следствии этого в РФ перспективным вариантом развития и улучшения инновационной деятельности выступает инвестиционное кредитование, осуществляемое банками и другими отечественными инвесторами. [1]

В настоящее время развитие инноваций, а как следствие и инвестиционного кредитования в России затруднено по причине существования ряда проблем.

Одной из основных проблем, которая оказывает особое влияние - низкий уровень инвестиционного климата в стране. Нестабильный инвестиционный климат в нашей стране отпугивает инвесторов осуществлять вложения. Инвестиции следует расширять не только с целью увеличения реальных активов, но и по той причине, что инвесторы способствуют повышению культуры производства, внедрению новой техники и технологий, современных методов управления. [2]

Также существует нехватка высококвалифицированных специалистов, обладающих умениями, навыками и опытом разработки и реализации инновационных проектов. В стране создалась противоречивая ситуация, когда, с одной стороны, есть большой потенциал для развития экономики (наличие природных ресурсов, разработанные технологии их использования и расширяющийся внутренний платежеспособный спрос, но, с другой стороны, существует значительный дефицит квалифицированных предпринимателей, создающих инвестиционную инфраструктуру. Поэтому в действительности иностранные компании скупают российские разработки, либо «замораживают» их в целях конкурентной борьбы.

Низкий уровень эффективности науки и образования имеет немаловажное значение. В институтах, университетах все меньше студентов проявляют активность в разработке новых идей и последующем их внедрении. А большинство успешных и талантливых ученых переманили зарубежные и частные компании, и, к сожалению, у них отсутствуют стимулы к возвращению в фундаментальную и прикладную науку.

Еще одна из существующих проблем - состояние основных фондов. Внедрение инноваций требует достаточно высокого уровня технической базы. В России же средний срок службы машин и оборудования более 18 лет, а срок их годности - 10 лет. Но и они в большей степени не задействованы, поэтому образуют неиспользуемый неинвестиционный потенциал страны. [3]

К проблемам реализации процессов инвестиционного кредитования на банковском уровне можно отнести:

1. Проблемы в оформлении обеспечения (залога): изменение рыночной стоимости обеспечения оказывает влияние на дальнейшую его реализацию кредитором при возникновении неблагоприятных событий; возможны случаи, когда в залог принимается имущество, принятое в качестве обеспечения в другом банке; недостаточный контроль за состоянием обеспечения.

2. В силу того, что помимо процента за использование кредита, заемщик также оплачивает комиссию по страхованию залога, осуществляет платежи по оценке заложенного имущества и другие, составляющие скрытые доходы кредитной организации, реальная финансовая нагрузка на него по получению и обслуживанию кредита значительно увеличивается. В итоге номинальная процентная ставка в разы отличается от эффективной, обуславливающей полную стоимость кредита.

жетного регулирования должны разрабатывать меры по стабилизации экономики, повышению эффективности банковского кредитования, созданию наиболее привлекательного инвестиционного климата страны. Меры, предпринимаемые банками на собственном уровне, должны быть направлены на минимизацию рисков кредитования, а также построение системы предоставления и реализации кредитов должно осуществляться на условиях заинтересованности всех субъектов хозяйствования.

Список литературы

1. Об инвестиционной деятельности в Российской Федерации, осуществляемой в форме капитальных вложений: федеральный закон от 25.02.1999 г. № 39-ФЗ.
2. Абдюкова Э.И., Сысоева А.А. Проблемы развития инвестиционного банковского кредитования в современных условиях // Вестник Саратовского государственного социально-экономического университета. 2016. №3(62). С.71-74.
3. Федорова А.Ю. Развитие инвестиционного кредитования в России // Социально-экономические явления и процессы. 2017. №1. С.100-106.
4. Хисамутдинов М.К. Анализ проблем и методические аспекты инвестиционного кредитования в условиях современных экономических рисков // Экономический анализ: теория и практика. 2016. №3. С. 148-162.
5. Хлыстова Е.В. Необходимость активизации кредитования банками инвестиционных потребностей экономики // Новая Наука: теоретический и практический взгляд: Международное научное периодическое издание по итогам Международной научно-практической конференции (Ижевск, 4 апреля 2017 г.). 2017. №4. С. 208-213.

© О.В. Сергеева, Л.В. Феофилактова, 2018

УДК 336.7

ФАКТОРИНГ КАК АЛЬТЕРНАТИВА КРАТКОСРОЧНОМУ БАНКОВСКОМУ КРЕДИТОВАНИЮ

Ю.А. СИНДЯЕВА

студент

Филиал ФГБОУ ВО «Самарский государственный технический университет»

г. Сызрань

В данной статье рассматривается возможность использования ПАО «Самараэнерго» факторинга как альтернативы краткосрочному банковскому кредиту с целью минимизации увеличения дебиторской задолженности. В работе проанализированы динамика дебиторской и кредитной задолженности и преимущества использования данного финансового инструмента на предприятии.

Ключевые слова: факторинг, краткосрочный кредит, дебиторская задолженность, финансовые услуги.

Для повышения эффективности производства в условиях развитой экономики особое значение имеет способность предприятий гибко использовать рыночные инструменты и механизмы в процессе финансирования своей деятельности.

Одним из таких инструментов является факторинг. Следует отметить, что российское законодательство не содержит понятия «факторинг», в РФ эта операция носит название «цессия». В Гражданском кодексе РФ понятие «цессия» трактуется как передача или переуступка кредитором своего права требования денег и иных ценностей другому лицу. Предметом уступки факторам являются, как правило, денежные требования. В российской практике, факторами выступают исключительно банки.

Факторинг является комплексным инструментом, позволяющим в большом объеме пополнить оборотные средства и экономить на работе с дебиторами. Предприятие получает возможность задействовать денежные средства, полученные благодаря факторингу, для дальнейшего развития еще до полного возвращения долгов. В России факторинг получил своё развитие в начале 2000 годов, и в настоящий момент факторинговый оборот в России не превышает 0,5% от ВВП (в экономиках западных стран показатель составляет от 2% до 20%).

В связи с тем, что факторинг представляет из себя комплексную услугу, которая включает в себя управление дебиторской задолженностью, покрытие рисков, консалтинг, анализ платежеспособности покупателя, взыскание платежей, ведение бухгалтерского учета и статистической отчетности и т.д., его можно считать универсальной системой финансового обслуживания предприятий. Это позволяет предприятию уделить особое внимание процессу производства и снизить расходы на содержание специальных финансовых служб, повысить эффективность финансового обслуживания за счет передачи части их функций банку-фактору.

Альтернативным и часто используемым инструментом является банковское краткосрочное кредитование. Краткосрочные кредиты помогают предприятию постоянно поддерживать необходимый уровень оборотных средств, что содействует ускорению оборачиваемости средств предприятия. Кредитование в целом, не сдает своих позиций, но не всегда является выгодным. Недостатками данного инструмента являются длительная процедура рассмотрения заявок, высокие ставки по кредитам, жесткие требования банка и т.п.

На примере ПАО «Самараэнерго» рассмотрим использование факторинга как альтернативы банковскому кредитованию.

ПАО «Самараэнерго» - крупнейшая энергосбытовая компания Среднего Поволжья, которая обеспечивает поставками около 65% общего электропотребления Самарской области. Основным видом деятельности ПАО «Самараэнерго» являются поставка электрической энергии по установленным тарифам. Одним из направлений деятельности ПАО «Самараэнерго» является минимизация увеличения дебиторской задолженности, сомнительной для признания потребителем и взыскания, поэтому ежеквартально на предприятии создается резерв по сомнительным долгам.

Таблица 1

Динамика и соотношение дебиторской и кредиторской задолженностей ПАО «Самараэнерго», руб.

| | 2015 | 2016 | 2017 |
|----------------------------|-------------|-------------|-------------|
| Дебиторская задолженность | 4 705 877 | 4 382 355 | 3 696 146 |
| Кредиторская задолженность | 3 275 592 | 3 366 118 | 3 916 069 |
| Соотношение задолженностей | 1,44 | 1,30 | 0,94 |

В таблице 1 представлена динамика дебиторской и кредиторской задолженности ПАО «Самараэнерго» в период с 2015 года по 2017 год. В этот период наметилась тенденция снижения величины дебиторской задолженности, но сумма все равно остается существенной. Сумма кредиторской задолженности в рассматриваемый период растет, что свидетельствует о недостаточности собственных оборотных средств предприятия и увеличении зависимости предприятия от заемных денежных ресурсов.

Одним из условий обеспечения финансовой устойчивости предприятия является равенство уровня дебиторской и кредиторской задолженностей. Для оценки эффективности работы предприятия используется коэффициент соотношения дебиторской и кредиторской задолженности. Оптимальным считается показатель, равный единице, но допускается значение показателя равным 0,9. В таблице 1 представлены значения коэффици-

ента соотношения дебиторской и кредиторской задолженностей ПАО «Самараэнерго». В период с 2015 по 2016 года коэффициент составлял более 1, что свидетельствовало об отвлечении денежных средств из оборота предприятия, и необходимости привлечения кредитных ресурсов. В 2017 году ситуация стабилизировалась, показатель соотношения близок к оптимальному значению.

Мы предлагаем ПАО «Самараэнерго» воспользоваться факторинговым обслуживанием и рассмотрим его преимущества перед кредитованием.

Одним из основных преимуществ факторинга перед кредитом являются отсутствие залогового обеспечения, оформление минимального пакета документов, а так же тот факт, что предприятие может использовать полученные средства по своему усмотрению, что невозможно при получении кредита, т.к банк контролирует целевое использование полученных средств. Размер финансирования, как правило, не ограничен и может увеличиваться по мере роста объема продаж клиента. В случае кредитования предприятие получит заранее ограниченную сумму денежных средств.

В случае инкассирования дебиторской задолженности факторинговой компанией, фактор покупает дебиторскую задолженность у клиента на условиях немедленной оплаты 80-90% её стоимости, что позволит предприятию ускорить оборачиваемость своего капитала.

За обслуживание предприятия фактор взимает с предприятия:

- комиссионные платежи;
- процент по факторинговому кредиту.

Размер комиссии в разных странах колеблется в пределах 0,5-3,0% от суммы счета-фактуры. Процент по факторинговому кредиту обычно на 1-2 пункта выше учетной ставки, которая в настоящее время равна 7,50%.

Таким образом, в 2017 году сумма дебиторской задолженности ПАО «Самараэнерго» составляла 3 696 146 руб., банк-фактор выплатит 80% от данной суммы, которая составит 2 956 916,80 руб. Процент по факторинговому кредиту со ставкой 9,50% составит 280 907,10 руб, а так же предприятие выплатит комиссию в размере 3%, которая составит 88 707,50 руб.

Факторинговое обслуживание является комплексным инструментом, поэтому предприятие может воспользоваться такой услугой как управление дебиторской задолженностью, что позволит сократить собственный штат служащих и снизить издержки на оплату труда.

Управлением дебиторской задолженностью ПАО «Самараэнерго» занимаются 4 сотрудника ПЭО со средней заработной платой 20 000 руб., и 2 бригады электриков по 3 человека со средней заработной платой 25 000 р. Таким образом, будет целесообразно оставить на данном направлении 2 сотрудников ПЭО и 1 бригаду электриков, что приведет к экономии средств предприятия в сумме 2 281 968 руб. в год. В таблице 2 представлены результаты экономии годового фонда заработной платы ПАО «Самараэнерго».

Таблица 2

Экономия ФЗП ПАО «Самараэнерго», руб.

| | Плановый годовой ФЗП | Скорректированный годовой ФЗП | Экономия средств |
|------------|-----------------------------|--------------------------------------|-------------------------|
| Экономисты | 1 587 456 | 793 728 | 793 728 |
| Электрики | 2 976 480 | 1 488 240 | 1 488 240 |

В случае если ПАО «Самараэнерго» для покрытия дебиторской задолженности воспользуется банковским кредитом со ставкой 15 % годовых, то сумма процента составит 554 421,90 руб.

Таким образом, стоимость факторинговых услуг для ПАО «Самараэнерго» составит 369 614,60 руб., а процент по кредиту 554 421,90 руб. В случае положительного решения ПАО «Са-

мараэнерго» в пользу факторинга, предприятие получит рассмотренную выше выгоду и возможность обеспечить непрерывный оборот своего капитала, независимо от регулярности платежей контрагентов. В конечном итоге это позволит нарастить оборот и увеличить прибыль.

Список литературы

1. Бланк, И. А. Основы финансового менеджмента. В двух томах / И.А. Бланк. - М.: Ника-Центр, Эльга, 2013. - 670 с

© Ю.А. Синдяева, 2018

УДК 336.1

**ВЛИЯНИЕ ФИНАНСОВЫХ ПИРАМИД
НА ЭКОНОМИЧЕСКУЮ БЕЗОПАСНОСТЬ РОССИИ**

К.В. СМОЛА

студент

Е.В. ФОМЕНКО

к. э. н., доцент

Самарский Государственный Социально-педагогический Университет
г. Самара

В статье рассмотрены современные виды финансовых пирамид в Российской Федерации, их жизненный цикл, признаки, отличающие пирамиды от законопослушных компаний, действующих на рынке в аналогичном сегменте. Выявлены признаки деятельности финансовых пирамид. Влияние на экономическую безопасность.

Ключевые слова: экономическая безопасность, теневая экономическая деятельность, финансовая пирамида.

В нынешнем обществе, пожалуй, трудно отыскать страну, которая бы не столкнулась с теневой экономикой. Размеры нелегального сектора в экономике России на сегодняшний день стали одним из значимых факторов, мешающих благоприятному развитию нашей страны, представляя собой угрозу экономической безопасности. Стратегия национальной безопасности РФ называет сохранение значительной доли теневой экономики одной из главных стратегических угроз национальной безопасности в области экономики [1].

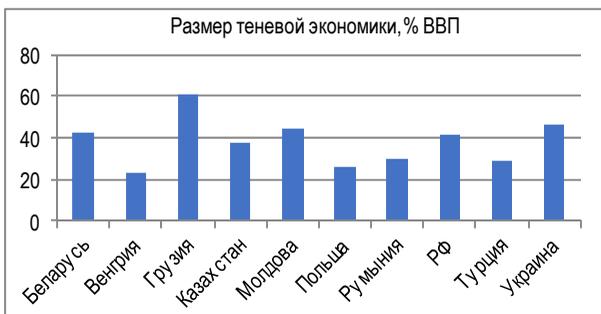


Рис. 1. «Размер теневой экономики» в 2017 году [2]

В данный момент финансовая пирамида является популярной конфигурацией аферы на рынке финансовых инвестиций.

Финансовая пирамида - обстановка, образующаяся в связи с привлечением денежных средств от инвесторов в некоторый инвестиционный проект, если данная прибыль проекта является ниже ставки привлечения инвестиций, то доля согласно взносам инвесторов производится не из выручки (прибыли) проекта, а из денежных средств вновь привлеченных инвесторов. Логическим результатом такого рода условия является банкротство проекта и убытки последних инвесторов [3].

Экономическая безопасность - это такое экономическое явление, при котором поддерживается стабильный экономический рост в стране, достаточная степень удовлетворенности социальных нужд населения, наблюдается рост эффективности работы руководства страны, доверие население высшему руководству, защита экономических интересов на национальном и международном уровнях.

История развития экономического явления как национальная безопасность тесно связана с историей развития государственности. Она появилась вместе с появлением государства. Степень актуальности в различные исторические периоды изменялась, но актуальной она будет всегда. Данные изменения связаны с осознанием нацией своих экономических интересов. Поэтому экономическая безопасность вставала в разных странах и в разное время с различной степенью актуальности. Но она никогда не пропадала из поля зрения населения и лидеров страны [4].

Экономическая безопасность весьма сложное экономическое явление. Она включает в себя целый ряд элементов. Именно поэтому очень сложно оценить экономическую безопасность страны. Кроме того, на данную экономическую категорию влияет ряд факторов или некоторые исследователи называют их угрозами.

Факторы, оказывающие влияние на уровень развития экономической безопасности страны [5]:

- концепция национальной безопасности;
- национальные интересы России в сфере экономики;
- угрозы финансовой защищенности;
- индикаторы экономической безопасности и их пороговые значения;
- организационные структуры обеспечения экономической безопасности;
- правовое обеспечение экономической безопасности.

Автор считает, что одним из факторов, подвергающим угрозе экономическую безопасность страны является деятельность финансовых пирамид.

Финансовая пирамида - это специфическое экономическое явление развития экономики. Это такая экономическая структура, в которой объем ценностей (кредитов, акций), привлеченных в предыдущий год, уступает обороту вновь вовлекаемых ценностей в каждый новый период времени.

Существуют два вида финансовых пирамид, это пирамиды вкладчиков и кредитно-финансовые пирамиды, т.е. пирамиды держателей инвестиционных ценностей. Пирамиды вкладчиков - это довольно простое социально-экономическое явление, они предполагают только одно условие для своей деятельности, а именно, доверие людей к итоговым результатам деятельности.

Вторая группа - это кредитно-финансовая, в отличие от пирамиды вкладчиков, включает в себя собственников-держателей фондовых ценностей, которые

т ц ю й

стоимость в бюджет не поступает, т.е. доходы государства уменьшаются. Помимо этого, средства в финансовой пирамиде никак не задействованы, по этой причине обесцениваются. А правительство, заметив снижения объема денежной массы по неясным причинам, будет стараться возместить дефицит посредством эмиссии денежных средств, как итог - увеличении инфляции. Кроме этого совершается затормаживание повышения производительности труда, снижается спрос на товары - производство совсем не окупается. Учреждения не могут возместить свои основные средства: модернизировать оборудование, улучшить технологию, в то же время повышается уровень инфляции. В случае если правительство никак не создает искусственный спрос, организация может разориться, и, таким образом, увеличится уровень безработицы. Вследствие провала пирамид наиболее всех ощущают мучения социально незащищенные слои населения, что отрицательно отображается на уровне жизни в стране. Все данные факторы в совокупности приведут к замедлению темпов роста экономики. Кроме этого, влияния мошеннических организаций не перестает отражаться на экономике страны до сих пор, так как выплачиваются компенсации потерпевшим от подобной деятельности.

В Российской Федерации, в отличие от других стран, отсутствует прямой запрет на подобного рода деятельности. Как правило, попадают под действие статей о мошенничестве, незаконном предпринимательстве [9]. Финансовые пирамиды сильно отвлекают деньги из оборота, так как уменьшают покупательскую способность населения, поступления в государственный бюджет в виде НДС, приводят к повышению уровня инфляции. Вместе с тем они отрицательно сказываются на деятельность предприятий: происходит торможение роста производительности труда, производство не окупается, а это приводит к разорению организаций и росту уровня безработицы. От деятельности финансовых пирамид страдают как предприятия, так и население.

Список финансовых пирамид 2018 с минимальными вложениями:

1. Кэшбери. Первое место рейтинга. На сегодняшний день эта финансовая пирамида еще платит (около 0.8% в сутки от суммы вклада), вложения для вступления в сеть минимальные - всего 1000 рублей. Будьте осторожны. На словах там все красиво и официально, при пристальном рассмотрении те организации, через которые они якобы выдают микрокредиты гражданам, оказываются сайтами с нулевой посещаемостью. К тому же там нередко необоснованные закрытия счетов под предлогом невозврата выданных кредитов.

2. Альфа Кэш (AlphaCash). Реклама данной пирамиды, замаскированной под инвестиционные вложения в криптовалюты есть на многих крупных сайтах, ее распространяют в том числе Яндекс и Гугл, так как прямых доказательств того, что это финансовая пирамида - нет. Зато есть косвенные: от 10 до 15 процентов в месяц по вкладу, смутное описание процесса инвестирования и бухгалтерской отчетности, молодой сайт, доход в период тотального обвала криптовалютного рынка. Минимальное вложение - 10 долларов США.

3. HashFlare. Еще одна финансовая пирамида 2018 года, замаскированная под якобы сверхприбыльный облачный майнинг (деятельность по созданию новых структур (обычно речь идёт о новых блоках в блокчейне) для обеспечения функционирования криптовалютных платформ.) и рассчитанная в первую очередь на молодежь и поколение постарше, которые что-то слышали про успех отдельных криптовалют, но слабо разбираются в вопросе их добычи и финансовой стабильности. Минимальное вложение у этой финансовой пирамиды - всего 2 доллара. Доходность - от 100% годовых, если верить информации с их форума. В чем же

подвох этой финансовой пирамиды 2018 года? По их легенде средства новых инвесторов тратятся на закупку оборудования для майнинга криптовалюты, которое впоследствии сдается клиентам за оплату. В реальности же деньги выплачиваются участникам сети за счет новых членов, оборудование закупается, но совсем не в тех объемах, в которых это озвучивается.

4. Full-Relax. Минимальное вложение уж совсем минимально - от 50 рублей, максимальное - не ограничено. Предлагают 3% в сутки пожизненно, плюс 10% реферальных отчислений. Просто эталонная финансовая пирамида, совсем не парятся над вопросом скрытности или создания хорошей легенды, как, например, Кэшбери. По информации с сайта зарегистрировано около 10 240 человек.

5. Global Intergold. Финансовая пирамида-2018, замаскированная под компанию, занимающуюся скупкой-продажей золота на рынке опционов. Работают якобы в России и за рубежом. Минимальное вложение - 33 евро. Столько, по замыслу руководителей проекта, стоит грамм золота, который они оплачивают при регистрации нового члена в качестве инвестора.

В 2015-2018 годах Банком России зафиксирована деятельность почти 600 организаций и интернет-проектов, имеющих признаки финансовой пирамиды, причем с начала 2018 года - 82 таких организации. Из выявленных в этом году пирамид больше половины (47) существовало в виде ООО, 16 было создано как интернет-проекты, 11 - как потребительские кооперативы, 5 - потребительские общества, два действовали как индивидуальные предприниматели и одна финансовая пирамида была в форме акционерного общества.

Заметной тенденцией последнего года стало привлечение средств граждан в финансовые пирамиды, основанные на псевдоинвестициях в криптоактивы, говорил в июле Валерий Лях. И если в обычных финансовых пирамидах средняя сумма вложенных гражданами средств составляет 30-40 тыс. руб., то в финансовые пирамиды на мнимых инвестициях в криптоактивы средняя сумма в 2,5 раза выше - около 100 тыс. руб.

Список литературы

1. Указ Президента РФ от 31.12.2015 № 683 «О Стратегии национальной безопасности Российской Федерации» [Электронный ресурс] // Официальный интернет-портал правовой информации. URL: <http://www.pravo.gov.ru>, 31.12.2015
2. Теневая экономика в России ставит рекорды // Амур.инфо [Электронный ресурс]. URL: <http://www.amur.info/news/2017/04/19/123465>
3. Борисов А.Б. Большой экономический словарь. М.: Книжный мир, 2003. С. 528.
4. Абалкин Л. Экономическая безопасность России: угрозы и их отражения // Вопросы экономики. 2018.- №12. - С. 101
5. Година Т.А., Терехова А.Е. Современные информационные системы управления финансовой деятельностью предприятия. // «Промышленные АСУ и контроллеры»/ №9/ 2017.
6. Зубарева А. М. Понятие и признаки финансовых пирамид // ВЕСТНИК Санкт-Петербургского университета МВД России. - № 2 (66) 2017. - С. 135-138.
7. Зубарева А. М. Формирование новой концепции механизма противодействия теневой экономической деятельности, совершаемой с использованием финансовых пирамид [Электронный ресурс] // Электронный научный журнал «Управление экономическими системами». - URL: <http://uecs.ru/marketing/item/3945-2016-05-19-10-03-17>
8. Федеральный закон от 30.03.2016 № 78-ФЗ «О внесении изменений в Уголовный кодекс Российской Федерации и статью 151 Уголовно-процессуального кодекса Российской Федерации» [Электронный ресурс] // Официальный интернет-портал правовой информации. - URL: <http://www.pravo.gov.ru>
9. Полезные данные о финансовых пирамидах [Электронный ресурс] // Сайт общественной организации по борьбе с финансовыми пирамидами. - 2010. - URL: http://www.piramidamnet.ru/dannie_Fin_piramid/index.html

© К.В. Смола, Е.В. Фоменко, 2018

ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ АСТРАХАНСКОЙ ОБЛАСТИ

О.А. ТАТАРКИНА

студент магистратуры, бакалавр «Менеджмент»

Е.П. КАРЛИНА

доктор экономических наук, профессор,

«Астраханский Государственный Технический Университет»

г. Астрахань

Стабильное развитие экономики государства базируется на инновационной активности хозяйствующих субъектов данного государства, применение ими инновационного подхода в рыночных отношениях. В настоящее время инновационный путь развития является одной из важнейших задач, стоящих перед нашей страной, в долгосрочной перспективе. Поэтому актуальным становится вопрос стабильного развития инновационной деятельности, выявление проблем и оценки перспективы инновационной системы на мезоуровне. Главный акцент статьи сделан на анализе и оценке системы управления инновационной деятельностью, реализуемой в масштабах региона Астраханской области, предложены мероприятия по ее усовершенствованию.

Ключевые слова: инновация, инновационная деятельность, инновационное развитие, региональная политика, региональная инновационная система, инновационная инфраструктура, стратегия инновационного развития.

Социально-экономическое развитие Астраханской области характеризуется положительной динамикой роста основных макроэкономических показателей в 2016 г: темп роста ВРП по сравнению с 2015 г. составил почти 103% (338,7 млрд. руб.), индекс промышленного производства - 109,8%, объем инвестиций в основной капитал за счет всех источников финансирования увеличился на 4,1% (118,6 млрд. руб.).

Устойчивость экономики региона обеспечили два фактора: во-первых, инвестиционные проекты, реализованные в предыдущие годы [2], во-вторых, адаптация предприятий основных отраслей к рыночным изменениям в экономике. Однако темпы развития инновационной деятельности в данный период замедлились, что в условиях глобализации бизнеса негативно отразится на конкурентоспособности как отдельных предприятий, так и региональной экономической системы в целом.

По данным НИУ ВШЭ, совокупный уровень инновационной активности Астраханской области в 2016 г. снизился на 2 п.п. по сравнению с 2015 г. и составил 8,5%, что свидетельствует о сокращении количества организаций в регионе, осуществляющих инновации [1]. При этом объем инновационных товаров, работ, услуг в секторе добывающих, обрабатывающих производств, производства и распределения электроэнергии, газа и воды увеличился на 24,7% (1-я группа видов экономической деятельности), а в сфере связи и информационных технологий уменьшился в 4 раза (2-я группа видов экономической деятельности).

Результативность деятельности инновационно-активных предприятий Астраханской области представлена на рисунке 1[3]. Согласно приведенным данным, удельный вес организаций, осуществляющих технологические инновации, сокращается при одновременном росте объема затрат на их разработку и реализацию, причем в расходах преобладают инвестиции на приобретение новых технологий (50% от общей суммы затрат

на технологические инновации), машин и оборудования (10,3%) и только 12,3% инвестиций было направлено на научные исследования и разработки.

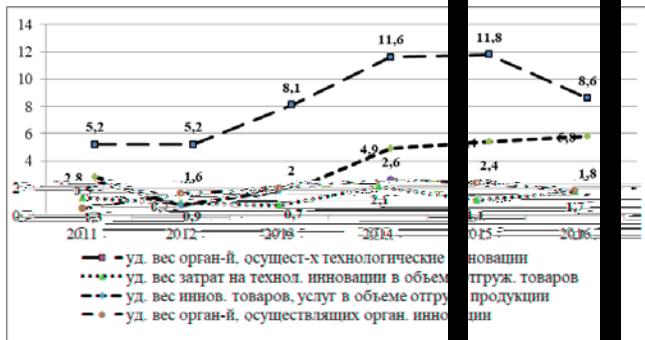


Рис. 1. Динамика основных показателей инновационной деятельности активных предприятий Астраханской области, %

В разрезе экономических видов деятельности на первую группу приходится 94,6% объема затрат на приобретение инновационных технологий и оборудования в регионе, что объясняется реализацией крупных инвестиционных проектов по разработке, обустройству и эксплуатации месторождений углеводородного сырья на шельфе Северного Каспия.

Современный период развития мировой экономики характеризуется переходом на новую модель экономического роста в рамках четвертой промышленной революции (Индустрия 4.0), основу которой составляет интеграция киберфизических систем в производственные процессы, что предполагает разработку и масштабирование абсолютно новых производственных технологий NBIC-спектра [4].

В этой связи, инновационная деятельность становится фактором, формирующим конкурентные преимущества как отдельных предприятий, так и национальных экономических систем. Следовательно, высокую значимость на данном этапе приобретает такое направление инновационной деятельности как «исследования и разработки». Основные показатели, характеризующие результативность исследований и разработок Астраханской области представлены в таблице 1.

Динамика показателей результативности сегмента «исследования и разработки» Астраханской области [6]

Таблица 1

Показатели 2014 г.

18,6% в 2016 г. Наблюдается снижение количества поданных патентных заявок и выдачи патентов, что также характеризует снижение эффективности деятельности по организации научных исследований и разработок в регионе.

Необходимым условием инновационного развития региона выступает инновационная инфраструктура (рисунок 2).

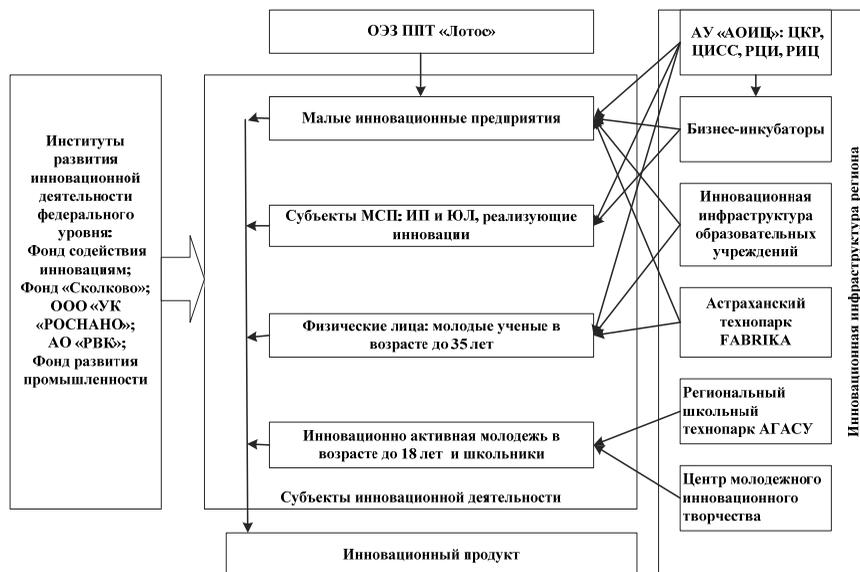


Рис. 2. Инновационная инфраструктура Астраханской области в 2017 г.

Развитие и координация инновационной деятельности в регионе осуществляется Автономным учреждением Астраханской области «Астраханский областной инновационный центр», оказывающим информационные, консалтинговые, инжиниринговые, маркетинговые услуги для малых и средних предприятий, находящихся на различных стадиях инновационного развития: малые инновационные предприятия (МИП), субъекты малого и среднего предпринимательства в форме индивидуального предпринимательства и юридических лиц (МСП), реализующих инновации, и физических лиц - молодых ученых в возрасте до 35 лет.

На базе «АОИЦ» организована деятельность следующих структурных подразделений [5]:

- Центр кластерного развития АО, создающий условия для эффективного взаимодействия предприятий малого и среднего предпринимательства, учреждений образования и науки, некоммерческих и общественных организаций, органов государственной власти и местного самоуправления, инвесторов для реализации совместных кластерных проектов и активизации кластерных инициатив;
- Региональный центр инжиниринга для субъектов МСП АО, основной целью функционирования которого является предоставление услуг субъектам малого и среднего предпринимательства в области инжиниринга и модернизации производства;
- Центр инноваций в социальной сфере АО, способствующий развитию социальных проектов и инициатив, социальных предпринимателей, деятельность которых направлена на повышение качества и доступности социальных услуг;

Актуальные проблемы развития российской экономики и управления

• Региональный интегрированный центр Астраханской области (РИЦ АО), созданный в сентябре 2015 года и являющийся региональным партнером Консорциума Enterprise Europe Network - Russia (EEN - Ru). Стратегическая цель деятельности РИЦ АО заключается в создании механизма поддержки МСП АО в сфере интернационализации бизнеса, развития делового и научно- технологического сотрудничества.

Результаты деятельности АУ «АОИЦ» характеризуются данными, представленными в таблице 2 [5].

Таблица 2

Результативность деятельности АУ «АОИЦ» за 2014-2016 гг.

| Виды услуг (работ) автономного учреждения | Общее количество потребителей, воспользовавшихся услугами (работами) АУ по видам услуг | | | |
|---|--|-------------|------|-----------|
| | 2014 | 2015 | 2016 | |
| 1. Оказание консультационно-информационных услуг | 1861 | 2890 | 4072 | |
| 2. Предоставление доступа к информационным базам данных | 46 | 49 | | |
| 3. Предоставление в аренду недвижимого имущества - бизнес-инкубаторов | 46 | 49 | 39 | |
| 4. Оказание юридических, бухгалтерских услуг, услуг в сфере закупок, услуг бизнес-планирования | 182 | 231 | 40 | |
| 5. Предоставление в пользование оборудования конференц-залов, размещение рекламы | 21 | 25 | | |
| 6. Организация образовательных услуг | 1684 | 2106 | | |
| 7. Услуги Евро инфо корреспондентского центра | 3509 | 421 | | |
| 8. Услуги Центра кластерного развития для субъектов малого и среднего предпринимательства Астраханской области | 208 | 266 | | |
| 9. Услуги Регионального центра инжиниринга для субъектов малого и среднего предпринимательства Астраханской области | 112 | 98 | | |
| 10. Услуги Центра инноваций социальной сферы Астраханской области | 517 | 630 | | |
| 11. Услуги Регионального интегрированного центра | - | 301 | | |
| Итого | 8186 | 7066 | | 4151 |
| Общая сумма прибыли автономного учреждения после налогообложения в отчетном периоде, руб. | 4 964 791,1 | 6 985 132,4 | | 2967149,9 |

Данные таблицы позволяют сделать вывод о снижении эффективности деятельности АУ «АОИЦ» в 2016 г., что было связано с высокой текучестью персонала, в том числе руководителей центра и низкой эффективностью деятельности бизнес-инкубаторов.

В 2016 году в Астраханской области функционировали 4 бизнес-инкубатора: в г. Камызяке, в г. Астрахани, в г. Ахтубинске, в п. Оля Лиманского района. Коэффициент загрузки общей площади по всем бизнес-инкубаторам на 01.01.2017 года составил - 47,84% , в том числе: г. Камызяк - 60 %, г. Астрахань - 54 %, г. Ахтубинск - 48%, п. Оля - 16%.

Второй составляющей инновационной инфраструктуры региона выступают научные и образовательные учреждения Астраханской области: ФГБОУ ВО «Астраханский государственный технический университет» и ФГБОУ ВО «Астраханский государственный университет», инновационная деятельность которых осуществляется в рамках созданных на их основе МИП и структурных подразделений, и ФГБНУ «Каспийский научно-исследовательский институт рыбного хозяйства».

Развитию инновационной деятельности в регионе способствует и ряд инструментов территориального значения: ежегодный региональный конкурс детского и юношеского

творчества «Инновационная идея»; проект «Инновации без преград», основная цель которого - поддержка студентов, молодых ученых, стартапов, инновационных компаний на любой стадии разработки и реализации инновационного проекта; Международный Каспийский технологический форум «Технокаспий» и др.

Вышеизложенное позволяет сделать констатировать:

- уровень результативности инновационной деятельности региона можно оценить как средний: с 2014 г. наблюдается снижение совокупного уровня инновационной активности, сокращение количества инновационно-активных предприятий, удельного веса организаций, осуществляющих технологические инновации. При этом наблюдается рост объема затрат на технологические инновации в результате инвестиционной деятельности компаний-операторов по разработке и обустройству нефтегазовых месторождений Северного Каспия;

- основным направлением инновационной деятельности организаций и предприятий Астраханской области является приобретение новых технологий и оборудования, что не стимулирует развитие научных исследований и разработок в научных и образовательных учреждениях региона;

- наличие развитой инновационной инфраструктуры в регионе слабо способствует активизации инновационной деятельности вследствие отсутствия: системного взаимодействия между организациями инфраструктуры и субъектами инновационной деятельности- научными и образовательными учреждениями, крупными и малыми предприятиями; мониторинга научной, образовательной и инновационной деятельности и потребностей субъектов бизнеса в инновационных продуктах.

Таким образом, можно предложить следующие рекомендации для активизации инновационной деятельности в Астраханской области.

1. Разработать Стратегию инновационного развития Астраханской области.

2. В рамках Стратегии предусмотреть создание инновационного кластера региона, что является реальным механизмом привлечения ресурсов для экономического развития региона и обеспечит повышение открытости региональной инновационной системы, расширения двухстороннего и многостороннего международного сотрудничества, в первую очередь, со странами Каспийского региона.

Реализация указанных предложений будет способствовать осуществлению структурных преобразований в экономике Астраханской области, способствующих росту доли в валовом региональном продукте продукции наукоемких высокотехнологичных отраслей экономики и активизации инновационной деятельности в регионе.

Список литературы

1. Индикаторы инновационной деятельности: 2018 :статистический сборник / Н. В. Городникова, Л. М. Гохберг, К. А. Дитковский и др.; - М.: НИУ ВШЭ, 2018. - 344 с.
2. Карлина, Е.П. Социально-экономическое развитие региона: теория и практика / Е.П. Карлина, Т.Н. Максимова.- Астрахань: ГУП ИПК, 2003. -108 с.
3. Регионы России. Социально-экономические показатели. 2017: Стат. сб. / Росстат. - М., 2017. 1402 с.
4. Фролов А.В. Государственно-частное партнерство как актуальный фактор инновационного развития США // Контуры глобальных трансформаций: политика, экономика, право. 2018. Т. 11. № 2. С. 151-165.
5. Данные АУ «АОИЦ». Режим доступа: <http://astincenter.ru/about/>
6. Данные Астраханьстат. Режим доступа: <http://astrastat.gks.ru/>

© О.А. Татаркина, Е.П. Карлина, 2018

ОСОБЕННОСТИ МЕЖБАНКОВСКОЙ КОНКУРЕНЦИИ НА РОССИЙСКОМ РЫНКЕ БАНКОВСКИХ УСЛУГ

С.П. ФЕДОСОВА

доктор экономических наук, доцент
«РЭУ им. Г.В. Плеханова», Воронежский филиал
г. Воронеж

В статье рассмотрена специфика межбанковской конкуренции на российском банковском рынке, которая выражается, по сути, носит монополистический характер. Подчеркивается, что конкурентная среда, в которой действуют банки-лидеры, искажена поддержкой государства и использованием «административного ресурса». Поднимаются вопросы социально-экономической ответственности банков с государственным участием.

Ключевые слова: межбанковская конкуренция, концентрация банковского капитала, банки с государственным участием, монополизация банковского сектора.

Межбанковская конкуренция, которая для современной российской экономики является объективной реальностью, с одной стороны, способствует улучшению качества обслуживания клиентов, но, с другой стороны, может повлечь за собой нестабильность банковской системы. В связи с этим регулирование конкурентной среды со стороны Банка России должно способствовать ее оптимальности и учитывать все особенности российской банковской сферы.

Если детально проанализировать современное состояние российской банковской системы, можно выделить ряд основных особенностей конкуренции на российском рынке банковских услуг.

Во-первых, конкуренция между банками происходит в условиях жесткого регулирующего воздействия со стороны государства (лицензирования, мониторинга, надзора). Ярко выражена агрессивная политика Центрального Банка РФ по отзыву лицензий. По данным Банка России по состоянию на 01 ноября 2018 года в России было зарегистрировано 887 коммерческих банков; количество же действующих коммерческих банков составляет 499. Таким образом, у 388 банковских кредитных организаций были отозваны или аннулированы лицензии на осуществление банковских операций, хотя они пока не исключены из Книги государственной регистрации кредитных организаций.

Причины отзыва лицензий, по нашему мнению, следующие:

• ужесточение требований к минимальному размеру собственного капитала (с 1 января 2018 года - 1 млрд руб. для банка с универсальной лицензией, 300 млн руб. - для банка с базовой лицензией);

- непрозрачность финансовых операций;
- содействие отмыванию доходов;
- недостаточность эффективности функционирования;
- высокий риск кредитных портфелей;
- нарушение банковской ликвидности.

Во-вторых, наблюдается крайняя неравномерность размещения кредитных организаций по субъектам РФ. Региональных банков мало, они не могут полноценно развиваться и зачастую покидают рынок в силу экспансии крупных банков в регионы. При этом наблюдается непрозрачность структуры капитала крупных федеральных банков и,

напротив, достаточная прозрачность этой структуры у средних и малых региональных банков, т.е. налицо недобросовестная конкуренция.

В-третьих, отмечается высочайшая концентрация банковского капитала. Более 57% банковских активов приходится на четверку банков-лидеров - Сбербанк, ВТБ, Газпромбанк, Россельхозбанк (причем на долю Сбербанка - чуть более трети банковских активов России) [1]. Для сравнения: на долю пяти крупнейших банков США приходится 23% активов, Японии - 24%, Британии - 38%. Происходят слияния и поглощения мелких банков и превращение их в филиалы крупных банков, либо просто ликвидация этих банков.

В-четвертых, банки-лидеры, концентрирующие более половины активов всей российской банковской системы - это, в основном, банки с государственным участием.

Эти банки получают повышенную прибыль за счет следующих факторов:

- на них приходится 70% рефинансирования Банка России, то есть они имеют доступ к дешевому фондированию;
- у них есть возможность привлечения лучших клиентов ввиду значительных масштабов бизнеса;
- в случае возникновения необходимости они гарантированно получают поддержку со стороны государства.

Таким образом, можно заключить, что лидерство крупных банков с государственным участием отчасти связано с монопольным положением. В результате и сама банковская конкуренция носит олигополистический, а в некотором смысле даже и монополистический характер.

Конкурентная среда, в которой действуют эти банки, искажена поддержкой государства и использованием «административного ресурса».

В результате присутствия вышеперечисленных особенностей межбанковской конкуренции на российском рынке банковских услуг можно прогнозировать дальнейшее развитие банковской системы РФ в следующих направлениях:

- продолжение процесса сокращения количества как мелких, так и средних банков (сейчас по количеству действующих банков Россия занимает третье место в мире после США и Германии);
- дальнейшее укрепление позиций нескольких ведущих банков;
- перераспределение средств населения в пользу крупных государственных банков;
- рост управляемости развития банковской системы.

В нашем понимании, было бы целесообразно (с целью исключения дальнейшей монополизации банковского сектора России и оптимального развития межбанковской конкуренции) создание условий для развития средних и мелких банков (особенно - региональных банков).

Также необходимо увеличение ответственности функционирующих в РФ банков с государственным участием за развитие экономики регионов путем осуществления в них целевой деятельности [2].

Представляется, что при немалом количестве нормативно-правовых документов, регулирующих конкурентные отношения на российском банковском рынке, законодательство в этой области должно быть доработано. Обобщенно суть необходимых изменений в банковском законодательстве должна сводиться к тому, что конкурентные преимущества банков с государственным участием необходимо использовать на благо развития российской экономики.

Если такие банки имеют возможность привлекать вклады под более низкий процент, то и проценты по кредитам, выдаваемым субъектам реального сектора экономики должны быть ниже. Это особенно важно с учетом того, что рентабельность реального сектора российской экономики стабильно ниже ключевой ставки и, тем более, ниже про-

ценных бумаг, в лице Банка России. Данному органу передан ряд функций, ранее выполнявшихся Федеральной службой по финансовым рынкам, в области контроля, регулирования и надзора по отношению к некредитным финансовым организациям [1].

Первый риск связан с унификацией подходов Центрального Банка к регулированию как банковского, так и фондового рынков. Банк России в процессе осуществления своей профессиональной деятельности может не учесть принципиальные отличия между сектором банковских услуг и сектором рынка ценных бумаг, а, в результате, использовать одинаковые методы и подходы к регулированию банковских и небанковских финансовых организаций. Банковские финансовые организации нацелены на работу с более консервативным сегментом населения, которому присущ сберегательный тип поведения, реализуемый путем открытия вкладов в различных банках с минимальным риском потери денежных средств и минимальной доходностью с целью сохранения сбережений. Это обеспечивает стабильность экономической системы в то время, как рынок ценных бумаг отвечает за ее развитие.

Фондовый рынок в отличие от банковского сектора ориентирован на сегмент населения с предпринимательским типом поведения, который выражается в стремлении домохозяйств формировать дополнительные доходы, невзирая на высокие риски. Регулирование банковского сектора является более формализованным по сравнению с регулированием профессиональных участников фондового рынка. Риски, возникающие в деятельности небанковских финансовых институтов, имеют более широкий профиль, чем риски банковского сектора. Риск брокерских, дилерских, инвестиционных фондов и других небанковских финансовых институтов нередко неограничен: например, волатильность определенных финансовых инструментов, обращающихся на рынке ценных бумаг, намного выше волатильности процентных ставок; финансовые институты фондового рынка очень часто инвестируют в высокорисковые и высокодоходные проекты в то время, как банки не могут себе этого позволить. Фондовому рынку требуются более гибкие, специфичные подходы к регулированию. Итак, ввиду существования определенных особенностей, присущих банковскому и фондовому секторам, осуществление регулирования и контроля данных сфер путем аналогичных методов со стороны Банка России является неуместным и может привести к неприятным последствиям.

Под вторым риском рассматривается конфликт интересов на рынке, поскольку Банк России является одновременно регулирующим и контролирующим органом, а также участником фондового рынка. Третьим риском считается возможное игнорирование Банком России проблем, возникающих на рынке ценных бумаг. Под этим подразумевается то, что Центральный Банк не будет уделять достаточного внимания развитию отраслей финансового рынка, несвязанных с банковской деятельностью, в виду отсутствия достаточного количества времени либо же квалифицированных кадров для решения проблем фондового рынка.

Еще одним потенциальным риском можно рассматривать урезание полномочий саморегулируемых организаций, например, Ассоциации участников вексельного рынка или Национальной ассоциации участников фондового рынка, по причине того, что Банк России не имеет достаточного опыта взаимодействия с ними [2]. Система регулирования и контроля российского рынка ценных бумаг на современном этапе его функционирования является не совсем совершенной и устойчивой в связи с существованием вышеизложенных рисков и избыточной централизацией регулятивных полномочий. Другой проблемой фондового рынка России является его высокая волатильность, или, иными словами, изменчивость цен основных финансовых инструментов, обращающихся на рынке. На современном

этапе существования и функционирования рынок ценных бумаг находится под влиянием резких скачков мировых цен на нефть, а также колебаний курса национальной валюты, что делает его весьма уязвимым. На основе этого главные индексы российского фондового рынка ММВБ и РТС, отражающие изменения стоимости акций, весьма динамичны. К концу 2014 года наблюдалось разнонаправленное движение индексов. Повышению рублевого ММВБ способствовала девальвация рубля по отношению к доллару и евро. Падение РТС так же связано с обвалом российской валюты и колебаниями в отрицательную сторону цен на нефть во втором полугодии 2014 года. В связи с напряженной геополитической обстановкой в мире, а также с нестабильностью экономической ситуации в России неисключено обострение таких рисков, как страновой, политический, процентный, валютный и инфляционный. В последнее время расширяется список санкций в отношении России, наблюдаются колебания процентных ставок, преимущественно их повышение, волатильность валютного курса, повышение инфляции. Следствием данной ситуации является уменьшение объемов денежных средств, размещаемых в финансовые инструменты, обращающиеся на российском фондовом рынке, возможно ограничение масштаба эмиссии ценных бумаг. Снижение объемов финансовых средств также в некотором роде обусловлено оттоком иностранного капитала, поскольку международные инвесторы стремятся минимизировать риски, и выводят активы из развивающихся рынков, в том числе из России. Данные факторы способствуют снижению инвестирования.

В ходе анализа рынков государственных и корпоративных ценных бумаг было выявлено, что происходит снижение инвестирования преимущественно в долговые ценные бумаги. Инвесторы опасаются вкладывать свободные денежные средства в долговые финансовые инструменты в связи с возникновением риска неспособности эмитентов расплатиться по своим обязательствам по причине потери финансовой устойчивости на фоне экономического кризиса. Наряду с уменьшением рынка долговых финансовых инструментов расширяется рынок акций. На современном этапе функционирования прослеживается тенденция увеличения капитализации рынка акций. Рассматриваемый рынок отличается высокой долей крупнейших нефтяных и газодобывающих компаний таких, как ОАО «Газпром-нефть», «Роснефть», «Лукойл», поскольку нефтяная отрасль является основой российской экономики. Акции данных компаний весьма привлекательны для инвесторов, спрос на них растет, что приводит к увеличению их курса, а, соответственно, и к повышению капитализации рынка. Помимо этого капитализация также растет за счет увеличения количества обращаемых акций с приходом на рынок новых компаний или с привлечением дополнительного акционерного капитала. Таким образом, излишняя концентрация рынка акций является еще одной неотъемлемой проблемой фондового рынка в целом.

Не менее важным недостатком отечественного фондового рынка является олигополия в среде посредников. Главными посредниками в России на рынке ценных бумаг являются Московская Биржа и Фондовая биржа «Санкт-Петербург», а также клиринговый центр МФБ (бывшая Московская фондовая биржа). Данный фактор создает условия для манипулирования рынком. На основе вышеизложенных проблем современного российского фондового рынка возможны следующие решения. Во-первых, это несомненное усовершенствование системы регулирования и надзора по отношению к рынку ценных бумаг, возможно, путем разграничения регулирующих и контрольных функций между Банком России и иными государственными органами с целью снижения, а лучше исчезновения, рассмотренных в данной главе рисков. Во-вторых, развитие и

обеспечение независимости саморегулируемых организаций. В-третьих, разработка более мобильных и гибких мер контроля, не загоняющих участников профессионального рынка в очень жесткие рамки, поскольку они вынуждены работать в часто изменяющихся условиях с повышенным риском. В-четвертых, предполагается, что привлечение инвесторов на рынок долговых финансовых инструментов возможно путем разумного повышения доходности по ценным бумагам путем закладывания в процентную ставку растущих рисков. А также возможно привлечение инвесторов на фондовый рынок посредством усовершенствования российского законодательства, которое будет гарантировать безопасность инвестиций в различные отрасли экономики.

Что касается привлечения иностранного капитала, то здесь необходимо ориентироваться на азиатских инвесторов, предоставляя для них необходимые условия инвестирования и безопасности, например, так же в плане выгодных процентных ставок, упрощения системы заключения сделок, предоставления гарантий. Решением проблемы излишней капитализации рынка акций является введение ограничений и еще более жесткого регламента для допуска эмитентов акций на фондовый рынок, ужесточение листинга. Например, высокий размер капитализации компании-эмитента в рамках требований определенной фондовой биржи или достаточно долгий срок существования компании-эмитента на рынке. В рамках борьбы с олигополизацией в среде финансовых посредников на фондовом рынке предполагается развитие новых торговых площадок, которые будут наделены несмежными функциями с целью исключения конкуренции. В условиях подверженности российского рынка ценных бумаг влиянию внешних факторов профессиональным участникам фондового рынка необходимо пристальнее следить за развитием событий путем ежедневного и еженедельного анализа рынка.

Список литературы

1. Информационное агентство «Росбизнесконсалтинг»: <http://ekb.rbc.ru/>
2. Научная статья на тему «Центральный Банк Российской Федерации как мегарегулятор российского финансового рынка» Д.А. Вавулина и С.В.Симонова: http://www.fa.ru/fil/orel/science/Documents/simonov_statya_4.pdf

© Л.В. Феофилактова, Е.А. Русинова, 2018

УДК 338.2

КАК ЧЕМПИОНАТ МИРА ПОВЛИЯЛ НА ЭКОНОМИКУ РОССИИ

Е.В. ФОМЕНКО

Доцент кафедры экономики, к.э.н.

Н.Ф. БУХАРМЕТОВА

студент

«Самарский государственный социально-педагогический университет»

г. Самара

В данной статье мы рассмотрим пользу чемпионата мира для страны. Экономический эффект от проведения чемпионата мира по футболу зависит от целого ряда факторов. С определенными допущениями эти факторы можно дифференцировать на факторы, связанные с местом проведения

спортивных соревнований, и факторы, связанные со спецификой самих спортивных соревнований. Для того, чтобы представить как можно более полно спектр этих факторов, проанализируем общие и специфические черты, характерные для проведения чемпионата мира по футболу.

Ключевые слова: чемпионат мира по футболу 2018 / футбол / доходы / расходы / экономика России.

В настоящее время чемпионаты мира по футболу являются спортивными соревнованиями, приобретшими поистине планетарные масштабы и оказывающими серьезное влияние на экономику.

Данная тематика наиболее актуальна в нынешний период времени, поскольку Россия провела у себя чемпионат мира по футболу. Напомним, что Чемпионат мира по футболу-2018 проходил на территории Российской Федерации и непосредственно затрагивал 11 городов [1]. Госкорпорация Ростуризм сообщила, что Россию посетило почти 3 миллиона иностранных болельщиков. Стоит отметить, что глава ФИФА [2] Джанни Инфантино присвоил ЧМ-2018 звание лучшего чемпионата в истории.

Едва ли затраты на чемпионат (на его подготовку и проведение Россия потратила, по официальным данным, 683 млрд руб.) приведут к заметному росту экономики в долгосрочной перспективе, окончательное понимание экономических выгод от турнира придет лишь через несколько лет. Долгосрочный эффект будет незначительным, слабее, чем от Олимпиады в Сочи. Экономические ожидания от таких событий почти всегда не оправдываются, предупреждают эксперты Центра развития Высшей школы экономики в бюллетене «Комментарии о государстве и бизнесе»: например, после Белой олимпиады 1994 г. в Лиллехаммере около 40% городских отелей обанкротилось [3].

Нужно использовать положительный опыт от достаточно большого притока туристов, пусть и непродолжительного. Для внутреннего туризма положительный эффект очевиднее, чем для международного, для которого важны также и репутация страны, и предсказуемые геополитические условия.

Больше всего от притока туристов выиграют отели, торговля и транспорт, а это не ключевые источники роста для регионов - хозяев чемпионата. Номинальный ВРП большинства этих регионов чемпионат увеличит на 1-2% в этом году: больше других выиграют небольшие Мордовия и Калининградская область. Инвестиции в инфраструктуру составят в этом году большую часть всенг нвестиции

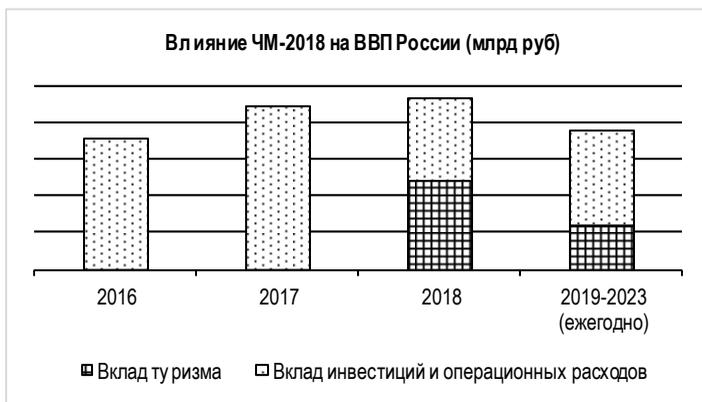


Рис. Влияние ЧМ-2018 на ВВП России

По данным оргкомитета, матчи ЧМ посетили 1,3 млн человек, из которых 570 000 - иностранцы [4]. На время чемпионата количество авиабронирований по России выросло на 32%. Перед матчами цены на авиабилеты росли в разы по сравнению с другими днями, в среднем - в 3-5 раз, но доходило и до 12 раз.

Вторая крупнейшая российская авиакомпания - S7 Airlines - перевезла примерно 100 000 пассажиров, чьи полеты были связаны с чемпионатом. Но на фоне годового трафика S7 (около 15 млн пассажиров) это небольшой прирост.

По России болельщики передвигались в основном на поездах и машинах. По предварительным оценкам, чемпионат дополнительно привлек свыше 2 млн пассажиров. Часть пассажиров была перевезена за счет бюджета.

Выигрыш авиакомпаний и РЖД от чемпионата будет краткосрочным - пассажиропоток вырастет за год всего менее чем на 3%, прибыль будет умеренной, так как государство ограничило рост цен на билеты.

Главными бенефициарами в транспортном секторе будут московские аэропорты, так как другие города не могут рассчитывать на значительный рост туризма. Пассажиропоток «Шереметьево» за месяц чемпионата вырос на 15% по сравнению с тем же периодом 2017 г., «Домодедово» - на 14,7%, «Внуково» - 17,1%, аэропорта Сочи - на 18%, а всех аэропортов в Екатеринбурге, Самаре, Ростове-на-Дону, Нижнем Новгороде - на 35%.

По данным сервиса онлайн-бронирований OneTwoTrip, более половины - 52% болельщиков - останавливались в традиционных гостиницах. Далее по популярности идет проживание у друзей и знакомых (28%), аренда квартир (15%), а 4% решили ночевать в палатке или автомобиле. Более 277 000 болельщиков (76% из них - иностранцы) снимали жилье в России на время матчей через сервис Airbnb: это в 4 раза больше, чем годом ранее.

В информационном обществе имидж играет колоссальную роль, поэтому изменение представлений о нашей стране в ходе чемпионата, а оно тоже, безусловно, имело место быть, позволит и в будущем извлекать из проведенного мероприятия неплохие дивиденды. Вполне вероятно, что в Россию возрастет поток иностранных туристов, которые будут способствовать развитию отечественной туристической отрасли и связанных с ней секторов экономики (транспорт, общественное питание, гостиничный бизнес, строительство).

Список литературы

1. Федеральный закон "О подготовке и проведении в Российской Федерации чемпионата мира по футболу FIFA 2018 года, Кубка конфедераций FIFA 2017 года и внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации" от 07.06.2013 N 108-ФЗ (последняя редакция)
2. Официальный сайт FIFA [Электронный ресурс] - Режим доступа. - URL: <https://www.fifa.com/>
3. Как ЧМ-2018 повлияет на экономику России // Экономика [Электронный ресурс] - Режим доступа. - URL: <https://www.vedomosti.ru/economics/articles/2018/07/16/775543-chm-2018-na-ekonomiku>
4. Итоговый отчет Оргкомитета о ЧМ-2018 в России // Российский футбольный союз [Электронный ресурс] - Режим доступа. - URL: <https://rfs.ru/news/208313>

© **Е.В. Фоменко, Н.Ф. Бухарметова, 2018**

УДК 338

ПРОБЛЕМА БЕЗРАБОТИЦЫ МОЛОДЕЖИ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Е.В. ФОМЕНКО

Доцент кафедры экономики, к.э.н.

А.С. ЛЕТЕМИНА

студент

«Самарский государственный социально-педагогический университет»

г. Самара

В статье подробно разобрано влияние показателей уровня безработицы на показатели экономической эффективности страны. Выявлены причины высоких показателей безработицы среди молодого поколения. Проводится анализ государственной политики занятости и предлагаются методы решения проблемы безработицы среди молодежи.

Ключевые слова: безработица; молодежь; государственная политика занятости; безработные; трудоустройство

На сегодняшний момент в мире насчитывается **№ j ж**

Проблемы экономического развития отраслей народного хозяйства

повышением количества желающих найти работу по сравнению с количеством рабочих мест, соответствующих профилю и квалификации претендентов на эти места [2].

Таким образом, безработными считаются трудоспособные граждане, ищущие работу, зарегистрированные на бирже труда и не имеющие реальной возможности получить работу в соответствии со своим образованием, профилем, трудовыми навыками.

Это экономическое явление негативно сказывается на многих экономических показателях страны.

Росстат подвел итоги выборочного обследования рабочей силы по состоянию на вторую неделю августа 2018 года.

Среди безработных в возрасте 15 лет и старше в августе 2018г. доля молодежи до 29 лет составила- 26,4%, лиц, не имеющих опыта трудовой деятельности - 30,6%.

**Численность и состав рабочей силы в возрасте 15-29 лет
(без корректировки сезонных колебаний) [3]**

| | Август 2018г | Август 2017г. | Отклонение |
|---|---------------------|----------------------|-------------------|
| Общее число безработных в возрасте 15-72 лет | 3 506 000 | 3 859 000 | - 353 000 |
| % безработицы в возрасте 15-29 лет от общего числа безработных в возрасте 15-72 лет | 26,4 | 22 | 4,4 |
| Рабочая сила в возрасте 15-29 лет | 25 300 000 | 29 400 000 | -4100000 |
| Занятые в возрасте 15-29 лет | 24374416 | 28551020 | -4176604 |
| Безработные в возрасте 15-29 лет | 925 584 | 848 980 | 76 604 |

Процент молодежи в стране составляет чуть ниже 30, а по статистике, безработица у молодежи до 25 лет, в сентябре 2017 года составила почти 22% от общего числа нетрудоустроенных, в 2018 26% от общего числа соответственно. У такого экономического явления есть свои причины, большая часть молодого населения (56%) ориентируется в первую очередь на интерес к работе.

Статистика занятости молодежи отмечает, что новое поколение предпочитает работать удаленно, имея больше свободного времени. Сотрудники HR-служб 100 российских компаний проводили опрос и выяснили, что для 68% кандидатов размер зарплаты стоит не на 1 месте в списке мотивирующих факторов. Статистика молодежи выявила приоритеты нынешнего поколения:

- Интерес к работе - 56%.
- Возможность договориться о графике - 43%.
- Размер зарплаты - 32%.
- Видимый результат труда - 27%.

Тогда как люди в возрасте 35-45 лет отдадут предпочтение размеру заработной платы (61%).

Безработица в современном мире в России обусловлена рядом причин.

1. Стереотипы у работодателей.

Работодатели считают, что молодые специалисты не компетентны. Университеты готовят специалистов с квалификацией, которые не соответствуют существующим на данный момент требованиям работодателей.

2. Отсутствия опыта работы.

У старшего поколения безработных есть одно преимущество - это опыт работы. Зачастую, работодатели ориентируется именно на возраст и опыт при выборе нового сотрудника. Молодые люди, только окончившие университет имеют мало или вовсе не имеют опыта работы, по мнению работодателей, именно поэтому они выбирают старшее поколение опытных сотрудников.

3. Технический прогресс.

В современном мире происходит «компьютеризация» почти всех сфер деятельности. Те процессы, которые раньше выполнял человек или даже группа людей, сейчас выполняют компьютерные программы или роботы. Это является несомненным плюсом - компания экономит деньги при производстве товара или услуги и вследствие цены на продукт снижается. Но также при этом происходит сокращение сотрудников и многие впоследствии не могут найти работу, имея ту же специальность и квалификацию.

4. Уровень заработной платы.

Рынок труда не зря называется «рынком» - тут тоже присутствует конкуренция, которая напрямую влияет на объем занятости работников и уровень их зарплаты. Молодые и амбициозные специалисты хотят зарабатывать много и сразу, а хитрые работодатели хотят снизить уровень своих затрат на зарплату работникам, тем более молодым и «неопытным». Таким образом, происходит несоответствие и много молодых специалистов остаются без работы.

Конечно, все эти причины обусловлены непосредственно организациями и работодателями, а не государством.

Со стороны работы государства можно выделить следующие причины безработицы [4]:

1. Повышение минимального размера оплаты труда.

Государство повышает МРОТ, что приводит к увеличению издержек производства, а в следствие снижается спрос на многие ресурсы, в первую очередь на трудовые, происходит сокращение штаба сотрудников и увеличение числа безработных.

2. Рост населения.

Происходит рост численности трудоспособного населения и как правило рост числа трудоспособных и государственные органы просто не успевают создавать новые биржи труда и распределять рабочую силу.

Трудоустройство молодежи по сей день является актуальной и нерешенной проблемой. Устранение или ослабление такой ситуации приведет к росту уровня жизни населения и их доходов, а использование потенциала и знаний молодых специалистов будет увеличивать темпы роста экономики и социальной жизни в стране, а также поднимать авторитет России на мировом уровне.

В настоящее время осуществляется следующая государственная политика занятости:

1. Создание центров занятости

2. Создание новых рабочих мест

3. Создание программ переобучения и квалификации граждан

Поощрение работодателей, сохраняющих действующие и создающих новые рабочие места, прежде всего, для граждан, испытывающих трудности в поиске работы.

Государство осуществляет свою политику в отношении нетрудоспособных людей всех возрастов, забывая об особенностях трудоустройства молодых специалистов.

Молодые люди все чаще прибегают к заработку в интернете: ставки, личный малый бизнес, блоги, реклама и т. д. Такие неофициальные методы дохода не регистрируются государством и вследствие не облагаются налогом, что оказывает влияние на государственный бюджет. Так же молодежь даже и не задумывается, но это отрицательно сказывается на их будущем - они отказываются от множества преимуществ социального пакета и отказываются от трудового стажа, который учитывается при начислении пенсии.

Учитывая количество и потенциал молодежи к работе и большому заработку, государству необходимо разработать программу государственной политики занятости молодежи. Программу, которая будет способствовать выходу из сложившейся ситуации на рынке труда, программу,

которая будет стимулировать и создавать тесную связь ключевых механизмов российской социально-экономической политики и молодых нетрудоустроенных специалистов.

В первую очередь, государству следует пересмотреть распределение государственного бюджета на все сферы, связанные с молодежью и обратить свое внимание на трудоустройство людей, которые только закончили университеты и получили дипломы о высшем образовании. Именно такие люди активно ищут работу не только в области своей компетенции, но и в схожих областях деятельности, зачастую уходя из «поля» своих личных интересов и пытаясь устроиться хоть на какую-то работу.

Во-вторых, создание и работа молодежных бирж труда, работа которых строится только с молодежью. Сбор информации об обучающихся в высших и средних профессиональных заведениях, составление статистики по лидирующим и отстающим специальностям. Распределение и трудоустройство молодых сил на большие и ведущие предприятия и организации каждого региона.

И в заключении, проводить эту политику не только для решения существующей ситуации на рынке, но и для предотвращения роста безработицы у молодежи. Составление рейтинга специальностей как по уровню спроса, так и по уровню предложения, чтобы выпускники школ могли здраво оценивать состояние рынка труда в стране и сделать правильный и грамотный выбор, чтобы по окончании вуза не попасть в число безработных. Так же устраивать различные встречи и конференции с работодателями для выпускников вузов, чтобы они тоже могли оценить ситуацию с рабочими местами у них в регионе.

Безработица - самая острая социальная и экономическая проблема в России, которая требует комплексного решения не только со стороны государства, но и более мелких частей государства, в первую очередь таких как университеты и работодатели.

Список литературы

1. Иванова Е. А. Молодежь современной России, Самарская ОЮБ - Самара, 2014. - С. 38
2. Бреев Б.Д. Безработица в современной России; Наука -, 2011. - С. 152.
3. Федеральная служба государственной статистики
4. Башкирова В. Е. Занятость и безработица. Причины. Методы борьбы // Гуманитарные научные исследования. - 2016. - № 2. - С. 73

© **Е.В. Фоменко, А.С. Летемина, 2018**

УДК 336.7

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ПРОЦЕДУРЫ ОЦЕНКИ ПЛАТЕЖЕСПОСОБНОСТИ ЗАЕМЩИКОВ - ЮРИДИЧЕСКИХ ЛИЦ В КРЕДИТНОМ УЧРЕЖДЕНИИ

Е.В. ФОМЕНКО

Доцент кафедры экономики, к.э.н.

П.А. СОЛОМАТИНА

студент

«Самарский государственный социально-педагогический университет»

г. Самара

В статье рассмотрены основные существующие методы оценки платежеспособности заемщиков - юридических лиц в кредитном учреждении, прежде всего, с учетом финансового состояния заемщика. А

также процедуры по их совершенствованию. В процессе расчета финансовых коэффициентов должны быть учтены региональные и отраслевые особенности предприятия-заемщика. Для этого целесообразно создать единую базу предприятий, разделив их на группы в соответствии с региональными и отраслевыми особенностями, и на основании данной базы рассчитать оптимальное значение финансовых коэффициентов. Это помогло бы ускорить процесс выдачи кредита и облегчило бы саму процедуру оценки платежеспособности заемщиков - юридических лиц. Единая база нормативных значений коэффициентов по отраслям для оценки финансового положения предприятий и системы публикуемых рейтингов надежности, устойчивости и платежеспособности помогла бы коммерческим банкам решить проблему оценки платежеспособности заемщиков - юридических лиц, сократить риски, а также повысить эффективность кредитных операций, соответственно, качество кредитного портфеля.

Ключевые слова: платежеспособность, оценка платежеспособности, методический подход к оценке платежеспособности, финансовые коэффициенты, кредитный риск.

Актуальность темы исследования подтверждается современным состоянием национальной экономики, где особые трудности наблюдаются в банковской сфере, которая ощущает на себе воздействие, в том числе агрессивной внешней среды, что заставляет кредитные учреждения искать пути по совершенствованию процедуры оценки платежеспособности заемщиков - юридических лиц, для обеспечения экономической стабильности учреждения и минимизации рисков в рамках финансовой деятельности.

В настоящее время все субъекты рыночных отношений заинтересованы в том, чтобы получить объективную информацию о финансовом состоянии своих деловых партнеров. Сигнальным показателем финансового состояния является платежеспособность [1, С. 26]. Способность покрывать свои обязательства является наиболее важным фактором, характеризующим финансовое положение компании. Именно поэтому оценка общего финансового состояния и, в частности, платежеспособности компании является не просто важным элементом управления предприятием. Результаты этой оценки служат визитной карточкой, рекламой, досье, позволяющим определить позицию и место предприятия на рынке. Важнейшими признаками платежеспособности считаются наличие средств на счетах в банке, отсутствие просроченной задолженности, способность покрывать текущие обязательства за счет мобилизации оборотных средств.

Изучение банковского опыта последнего десятилетия дает возможность констатировать, что банки разрабатывают и постоянно совершенствуют методы оценки качества потенциальных заемщиков с помощью различного рода моделей. Цель их состоит в том, чтобы выработать стандартные подходы для объективной характеристики заемщика, найти числовые критерии для разделения будущих клиентов на основе результатов анализа (платежеспособные и неплатежеспособные). Основная направленность оценки платежеспособности - определение степени финансовой устойчивости и организация кредитования таким образом, чтобы заставить клиента повысить свой класс платежеспособности, так как финансовая устойчивость самого банка зависит от финансовой устойчивости его клиентов, и чем больше у банка первоклассных клиентов, тем устойчивее этот банк.

Для комплексного анализа деятельности и финансового положения предприятия необходимо изучить его отрасль, так как от специфики отрасли зависит не только текущее, но и будущее состояние предприятия. Наиболее точно оценить кредитный риск удается в том случае, если в банке разработаны методы оценки платежеспособности предприятий-заемщиков, которые дают возможность комплексно изучить деятельность и состояние отдельных предприятий с учетом их отраслевых особенностей.

Главной ценностью взаимоотношений между коммерческими банками и их заемщиками является взаимовыгодное партнерство, что непосредственно связано с платежеспособностью заемщика. Неплатежеспособная и некредитоспособная организация не будет привлекательна

как партнер не только для банка, но и для поставщиков и инвесторов. Основная цель банка при оценке платежеспособности - найти такие качества заемщика, которые могли бы указать на возможные изъяны в его деятельности, способные, в свою очередь, стать причиной невозврата кредитных средств. Только по прохождении такой «проверки на надежность» заемщик получает положительный ответ на свой запрос о получении кредита.

Кредитная деятельность коммерческих банков осложняется в связи с тем, что у многих банков отсутствует отработанная методика оценки платежеспособности, недостаточно информационной базы для полноценного анализа финансового состояния клиентов. У большинства средних и мелких банков отсутствует аналитический аппарат, а также не имеется связей со специальными информационными и консалтинговыми службами, которые предоставляют сведения для осуществления точной оценки платежеспособности заемщиков [4, С.30-38].

Оценить платежеспособность заемщика не так просто. Для этого нужны квалифицированные специалисты с опытом работы, а также хорошая техническая подготовка. Сложность определения платежеспособности заемщика вынуждает коммерческие банки применять разнообразные методы оценки. В качестве методов оценки платежеспособности заемщиков - юридических лиц используются:

- анализ системы финансовых коэффициентов;
- анализ денежного потока;
- анализ делового риска.

Какие же проблемы возникают у банка в процессе оценки платежеспособности заемщиков - юридических лиц?

1. При комплексном анализе предприятия слабым «звеном» выступает отраслевой анализ.

2. Проводя количественный анализ предприятия, основная проблема - это выбор оптимального количества финансовых коэффициентов, а также определение границ нормативов, согласно которым предприятие, считается платежеспособным.

3. При оценке платежеспособности и изменения всех коэффициентов, эти показатели платежеспособности, применяемые на практике, обращены в прошлое, так как рассчитываются по данным за истекший период. Это свидетельствует о том, что все показатели платежеспособности имеют в некотором роде ограниченное значение.

4. Финансовая отчетность характеризует ситуацию, сложившуюся на определенный момент, но не показывает, за счет каких факторов получены соответствующие результаты.

5. Учет отраслевой специфики каждого конкретного предприятия.

6. Качественная оценка платежеспособности предприятия в большей степени подвержена субъективному мнению кредитного эксперта.

7. Недоработанные скоринговые модели в оценке платежеспособности заемщиков - юридических лиц.

Решением данных проблем будет разработка следующих мероприятий:

1. Предлагается алгоритм расчета нормативных значений коэффициентов ликвидности для оценки платежеспособности, который состоит из нескольких этапов.

2. Взаимный обмен информацией между кредитными организациями. Формализовать условия раскрытия информации, распространить указание об обязательности передачи такой информации и предусмотреть санкции за невыполнение этой процедуры.

3. Необходимо совершить оценку достоверности предоставленных заемщиком данных банку, состоящую из двух этапов.

4. Предлагается модернизация скоринговой системы на основе методики варьирования процентных ставок.

Также недостатком методики оценки платежеспособности предприятий на базе финансовых коэффициентов является то, что рассчитываемые коэффициенты отражают положение дел в прошлом, да и то лишь на отчетные даты, и в отношении некоторых сторон деятельности предприятий - в основном в части движения оборотных средств.

Предлагается следующий алгоритм расчета нормативных значений коэффициентов ликвидности для оценки платежеспособности, который состоит из следующих этапов:

1. Ознакомление с особенностями деятельности предприятия и кредитной историей.

На данном этапе необходимо оценить отраслевую принадлежность организации, поскольку на рынке конкурентоспособность продукции (или оказываемых услуг) зависит от принадлежности к соответствующей отрасли.

2. Предварительный сбор финансовых показателей деятельности предприятия, используемых при оценке платежеспособности.

Сбор финансовых показателей деятельности предприятия позволит кредитному учреждению оценить финансовое состояние заемщика на отчетные даты в прошлом и поможет создать базу для расчета среднеотраслевых нормативных значений.

3. Расчет средних нормативных значений в рамках одной отрасли.

На этой стадии необходимо осуществить расчет средних нормативных значений для каждой отрасли.

4. Обобщение результатов в рамках одной отрасли.

5. Построение ранжированной шкалы класса платежеспособности заемщика в рамках каждой отрасли.

Данная шкала будет являться основанием для принятия решения о выдаче кредита и формы обеспечения возвратности кредита.

В плане улучшения системы оценки платёжеспособности заемщиков - юридических лиц также необходимо осуществить разработку новых скоринговых моделей, а также осуществить внедрение новых параметров оценки платежеспособности клиента. Показателями платежеспособности индивидуального заемщика могут служить и другие параметры, и характеристики клиента. Так, к примеру, возможно, средний остаток на счете, доля платежа по суду в процентах от месячного дохода, период обслуживания в кредитном учреждении и т.д.

Наиболее существенный момент в осуществлении принятия решения о выдаче кредита тому или иному юридическому лицу - это оценка платежеспособности клиента в плане возможности своевременного погашения платежей по кредиту. Тем не менее, в кредитных учреждениях, наблюдается тенденция увеличения просроченной ссудной задолженности. Следовательно, банку необходимо осуществить разработку методики подтверждения достоверности предоставляемых заемщиком данных.

Для того чтобы совершить оценку достоверности предоставленных заемщиком данных банку, требуется собрать информацию об организации, а также информацию о его расходах. Только после этого должен быть сделан вывод о том, сможет ли организация погасить кредит вовремя. Вместе с этим необходимо осуществить подготовку заключения, которое содержит ответ на вопрос: является ли имущество, под залог которого выдаётся кредит, достаточным обеспечением для предоставления кредита либо нет.

Предлагаемая к использованию в кредитном учреждении система оценки организаций должна включать в себя два аналитических этапа: этапа оценки данных и этапа принятия решений.

На этапе анализа системы осуществляется исследование сведений о заемщиках банка, объёме выданных кредитов и истории их погашения. Этап анализа следует дополнить следующими запросами (см. рисунок).

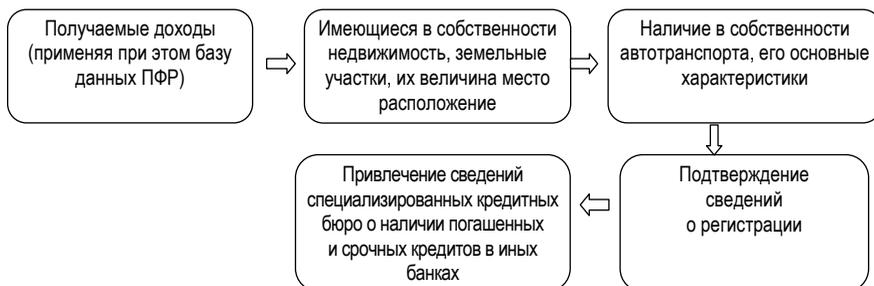


Рис. Этап анализа данных клиента банка

Все представленные выше запросы должны быть реализованы на договорной основе по согласованию с заемщиком, в режиме реального времени, в наиболее короткие сроки.

Этап принятия решений применяется непосредственно в целях получения заключения о платежеспособности и кредитоспособности юридического лица, о возможности предоставления ему кредита, о максимально возможной величине кредита.

Предлагаемый метод совершенствования организации процесса кредитования юридических лиц на стадии оценки их платежеспособности предоставит возможность банку регламентировать процедуру, на этом основании увеличить ее скорость и сделать ее более дешевой, получить более обоснованный и точный результат. В результате это предоставит возможность для снижения рисков кредитования, обеспечит требуемую стабильность деятельности банка и установленный уровень доходности.

Основным достоинством данной методики является возможность банка к каждому возможному заемщику разработать индивидуальный подход, в ходе которого будет произведено уточнение необходимого количества характеристик. Недостаток данной оценки - это сложность ее реализации, которая требует исключительной квалификации сотрудников банка. Тем не менее, уменьшения трудоемкости представляется возможным за счет автоматизации процесса.

На основе разработанных рекомендаций, банк должен уделять при кредитовании особое внимание не только финансовому обеспечению предоставляемых кредитов, но и также роли таких факторов платежеспособности заемщиков, как кредитная история, репутация заемщика, его финансовый поток.

Список литературы

1. Банковское дело. - М.: Банковский и биржевой научно-консультационный центр, 2017. - 430 с.
2. Губин О.В. Анализ финансово-хозяйственной деятельности : учебник / О.В. Губина, В.Е. Губин. - 2-е изд., перераб. и доп. - М. : ИД «ФОРУМ» : ИНФРА-М, 2018. - 335 с.
3. Копытин, В. Ю. Процедуры и методы расчетов в платежных системах / В.Ю. Копытин // Финансы и кредит. - 2018. - №11. - С. 42-52; №12. - С. 8-13.
4. Посоюзных К.В. Проблемы банковского кредитования // Вестник Московского университета. 2013. № 3. С.30-38.
5. Унгур, Д. Современная финансовая инфраструктура и рост экономики Банковский вестник. - № 1. - янв. 2018 - С. 27-32.

© Е.В. Фоменко, П.А. Соломатина, 2018

СОВРЕМЕННЫЙ УРОВЕНЬ РАЗВИТИЯ ОТРАСЛИ МОЛОЧНОГО СКОТОВОДСТВА И ЭФФЕКТИВНОСТЬ ИННОВАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ ПРОИЗВОДСТВА МОЛОКА В ОМСКОЙ ОБЛАСТИ

О.В. ШУМАКОВА

доктор экономических наук, профессор

К.В. ЕМЕЛЬЯНЕНКО

аспирант

«Омский государственный аграрный университет» имени П.А. Столыпина

г. Омск

В данной статье представлены результаты анализа производственного потенциала молочного скотоводства Омской области и результаты сравнительного анализа эффективности организаций с разным уровнем технологического развития отрасли. Авторами было отмечено динамичное развитие отрасли за счёт интенсивных факторов роста производства молока и выявлены значительные резервы роста. Отмечается, что приоритетными направлениями инновационного развития отрасли являются повышение генетического потенциала, внедрение систем управления стадом, переход на однотипные круглогодичные рационы и создание комфорта и др. С одной стороны, достижение высоких экономических результатов возможно как при промышленных, так и при традиционных технологиях с применением вышеуказанных направлений внедрения инноваций. С другой стороны, рост производственного потенциала молочного скотоводства не возможен без наращивания производства молока по промышленной технологии и будет иметь экономический смысл только при условии более эффективного использования ресурсов на высоко товарных комплексах и расширении направлений государственной поддержки модернизации отрасли, инновационных решений и научного обеспечения.

Ключевые слова: молочная отрасль, молочное скотоводство, инновации, экономическая эффективность

Современное состояние отрасли молочное скотоводство формировалось в процессе интенсивного реформирования сельского хозяйства после 1990 годов и перехода сельскохозяйственного производства из государственного в частный сектор экономики. На современном этапе производством продукции животноводства в Омской области занимаются 207 сельскохозяйственных организаций, 387 крестьянских (фермерских) хозяйств и индивидуальных предпринимателей и 217,5 тысяч личных подсобных хозяйств. При этом только 152 сельскохозяйственные организации и 246 крестьянских (фермерских) хозяйств имеют отрасль молочное скотоводство.

Генетический потенциал отрасли в настоящее время обеспечивается 10 племенными заводами и 10 племенными репродукторами по разведению крупного рогатого скота молочного направления; сервисными организациями по производству, хранению и реализации семени племенных быков-производителей АО «Омское по племенной работе» и ООО «Сибгагрокомплекс-Био».

Анализ работы племенных сельхозорганизаций показывает, что генетический потенциал используемых пород крупного рогатого скота высок. В процессе селекции и разведения КРС по черно-пестрой породе шли путем прилития крови черно-пестрых голштинофризов. Местный красный степной скот улучшали англерами и красно - пестрыми

голштинами, и частично красnodатской и айрширской породами. Скот в основном чистопородный и четвёртого поколения, из которых 80 % составляет класс элита-рекорд и элита. Продолжается создание новых племенных заводов и репродукторов. По воспроизводству стада - в племенных сельскохозяйственных организациях предпочтение должно быть отдано сексированному семени, в товарных - использованию генетики от высокоценных быков - производителей. Это должно позволить обеспечить повышение не только генетического потенциала, но и будущую продуктивность животных.

Вместе с тем, экономическая ситуация пока не позволяет в полной мере достигать желаемых результатов в отрасли сельское хозяйство и особенно критические последствия экономических преобразований отмечаются в отрасли молочное скотоводство. Рентабельность производства молока даже в лучший для отрасли год составила 41,9% против 63,7% в 1990 году, при этом окупаемость производства мяса отмечается как минимальная за весь анализируемый период - 68,9% против 7,6% рентабельности его производства в 1990 году (таблица 1).

Таблица 1

Производство молока в хозяйствах Омской области [2]

Показатель

Наблюдаемая тенденция в части сокращения поголовья коров вызывает особое беспокойство. Если по Российской Федерации за период до 2008 года поголовье коров снижалось в среднем по 3,0 % в год и по Омской области по 3,5 % в год, то за период 2008 - 2017 годы, если по Российской Федерации среднегодовой темп снижения составляет 1,2%, то по Омской области - 2,6%.

Только в 2017 году путём осуществления комплекса организационных, технологических мероприятий и поддержки развития инновационных технологий удалось стабилизировать поголовье коров значительно повысить продуктивность молочного стада, увеличить производство молока. По состоянию на 1 января 2018 года поголовье коров в хозяйствах всех категорий составило 158,9 тыс. голов, в том числе в крестьянских (фермерских) хозяйствах 14,8 тыс. голов.

Производство молока в Омской области если в течение 2008 -2011 годов, не так быстро, как бы хотелось, но увеличивалось, то с 2012 года (большая засуха в регионе) по 2017 год наблюдается его снижение. За 2017 год производство молока составило 626,7 тыс. тонн или 40,9% уровня 1990 года. При этом продуктивность коров из года в год увеличивается (за исключением 2013 года). Так, в 2008 году удой на одну фуражную корову составлял 3427 кг молока, по отношению к 1990 году надоили на 520 кг больше, то в 2017 году - 4555 кг или на 1128 кг больше, чем в 2008 году.

Последнее свидетельствует о том, что прослеживается тенденция интенсификации в развитии животноводства, находящее выражение в повышении продуктивности сельскохозяйственных животных.

На первый взгляд, снижение поголовья действительно выглядит катастрофой. Тем не менее, даже при нынешней численности коров их количество на тысячу человек населения в России превышает 80 голов, а в благополучной Европе составляет всего 34 - 40 голов. То есть за рубежом успех животноводства достигается не числом, а качеством и уровнем технологии производства. Низкопродуктивные коровы в высоко технологически развитых предприятиях немедленно выбраковываются, если две недели подряд удой составляет меньше 20 литров молока в день, то ее отправляют на бойню. В противном случае снизятся надои, качество и бизнес перестанет быть рентабельным. Высокопродуктивные коровы в общей системе инновационных технологий - это, по сути, «завод» по производству молока и один из приоритетов достижения необходимого экономического эффекта. С другой стороны, развитие данного фактора, не целесообразно без внедрения инновационных технологий содержания животных.

Современное состояние отрасли свидетельствует, что приоритетными направлениями инновационного развития являются система управления стадом, переход на однотипные круглогодичные рационы, при беспривязном содержании скота, и создание комфорта (освещения, вентиляции, кормовой стол, шейный брус и т.д.) при привязном содержании.

Как показывает практика достижение высоких экономических результатов возможно как при промышленных технологиях, так и при традиционных с применением вышеуказанных направлений внедрения инноваций. Анализ показателей эффективности промышленной технологии производства молока, представленных в таблице 2, позволил сделать следующие выводы.

Проблемы экономического развития отраслей народного хозяйства

В 2016 и 2017 г. однозначное лидерство по основным производственно-экономическим показателям принадлежит АО «Богодуховское». Если по выходу живых телят на 100 коров и продолжительности производственного использования коров лидерами являются ООО «Комплекс «Таврический» и ООО «Соляное», то по удою коров за 305 дней первой лактации и содержанию жира и белка в молоке однозначно лидирует АО «Богодуховское». Кроме того, в АО «Богодуховское» был достигнут наибольший удой коров за 305 дней третьей лактации - в 2017 году он составил 7382 кг. Рентабельность молочного скотоводства в АО «Богодуховское» в 2016 году составила 25%, а в 2017 году - 29%, что является абсолютным рекордом среди четырех анализируемых хозяйств.

Таким образом, можно сделать вывод, что среди хозяйств с промышленной технологией производства молока на первом месте по совокупности производственно-экономических показателей за 2016-2017 год стоит АО «Богодуховское».

Таблица 2

Основные показатели производства молока при промышленной и традиционной технологии (промышленная система) [1]

| Показатель | «Комплекс Таврический» | | «Соляное» | | «Богодуховское» | | «Знамя» | |
|---|------------------------|--------|-----------|--------|-----------------|--------|---------|--------|
| | 2016 | 2017 | 2016 | 2017 | 2016 | 2017 | 2016 | 2017 |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 |
| Наличие сельхозугодий всего, га | 7791 | 7791 | 15281 | 15281 | 8049 | 8049 | 9391 | 9391 |
| в том числе пашни | 7626 | 7685 | 13494 | 13494 | 7718 | 7718 | 9391 | 9391 |
| Крупный рогатый скот всего, гол. | 1943 | 2026 | 1297 | 1413 | 2215 | 2111 | 3300 | 3300 |
| коров | 721 | 793 | 601 | 665 | 900 | 900 | 1380 | 1380 |
| из них чистопородных | 721 | 793 | 601 | 665 | 900 | 900 | 1380 | 1380 |
| класса элита-рекорд, элита | 665 | 720 | 601 | 665 | 900 | 900 | 1380 | 1380 |
| 1 класса | 56 | 73 | - | - | - | - | - | - |
| Затраты труда на 1 цн молока, чел-час | 1,5 | 1,0 | 1,4 | 1,2 | 1,6 | 1,5 | 1,0 | 0,9 |
| Произведено молока, тонн | 3385,0 | 4537,8 | 2501 | 3812,0 | 6251,0 | 6791,3 | 5759,0 | 6362,0 |
| Удой на фуражную корову, кг | 5008 | 6182 | 4141 | 6269 | 7095 | 7546 | 4173 | 4610 |
| Реализовано молока, тонн | 2450,0 | 3112,9 | 2177,2 | 3361,3 | 5785,3 | 6337 | 5475,5 | 5987,6 |
| Выручка от реализации молока, тыс.руб. | 55100 | 69668 | 50189 | 84296 | 136100 | 157339 | 146310 | 164609 |
| Средняя реализационная цена молока, руб./тн | 22493 | 22380 | 23052 | 25078 | 23525 | 24829 | 26723 | 27492 |
| Выход живых телят от 100 коров, гол. | 90 | 85 | 86 | 84 | 88 | 89 | 80 | 80 |
| Продолжительность использования коров (средний возраст выбытия), отелов | 1,7 | 3,1 | 3,8 | 3,5 | 3,2 | 3,3 | 2,9 | 3,2 |
| Удой коров за 305 сут. первой лактации, кг | 5198 | 6701 | 4894 | 5775 | 6266 | 6785 | 4965 | 5002 |
| Содержание жира,% | 3,83 | 3,8 | 3,83 | 3,9 | 3,94 | 3,90 | 4,36 | 4,33 |
| Содержание белка,% | 3,11 | 3,13 | 3,25 | 3,28 | 3,36 | 3,37 | 3,46 | 3,56 |
| Живая масса первотелок, кг | 490 | 455 | 570 | 589 | 503 | 534 | 491 | 490 |
| Удой коров за 305 сут. третьей лактации и старше, кг | 4811 | 6472 | 4713 | 5008 | 7581 | 7832 | 4809 | 5040 |
| Содержание жира,% | 3,8 | 3,79 | 3,74 | 3,83 | 3,83 | 3,71 | 4,37 | 4,31 |
| Содержание белка,% | 3,1 | 3,13 | 3,24 | 3,27 | 3,39 | 3,35 | 3,48 | 3,56 |
| Годовой расход кормов на 1 усл. гол. ц.к.ед. | 35,4 | 42,1 | 43,5 | 45,2 | 51,0 | 59,5 | 49,0 | 48,1 |

| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 |
|--|---------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| Прибыль (+), убыток (-), тыс. руб. | 15990 | 15830 | 43598 | 78017 | 46300 | 44627 | 27554 | 13535 |
| от реализации молока | 13755 | 25720 | 3300 | 9931 | 20500 | 35263 | 25256 | 32642 |
| от реализации племенного молодняка | - | - | 358 | - | 1850 | 1440 | 782 | 6138 |
| Рентабельность хозяйственной деятельности, % | 16,9 | 14,3 | 17,9 | 33,5 | 25,1 | 7,4 | 8,3 | 16,1 |
| Доля отрасли молочное скотоводство в товарной продукции, % | 70,2 | 73,1 | 20,4 | 41,1 | 75,1 | 82,9 | 52,5 | 53,6 |
| Рентабельность молока, % | 33,3 | 58,5 | 7,0 | 13,4 | 17,2 | 28,8 | 20,9 | 24,7 |
| Рентабельность молочного скотоводства, % | -0,6 | 4,0 | -4,1 | 0,07 | 13,6 | 22,1 | -3,7 | 7,6 |
| Ветеринарно-санитарное состояние | Благополучное | | | | | | | |

Сравнение показателей эффективности производства молока при традиционной технологии на примере ООО «Лузинское молоко» и АО «Звонаревокутское» (таблица 3) показало, что однозначного лидера среди хозяйств определить сложно.

Таблица 3

Основные производственные показатели (традиционная система) [1]

| Показатель | «Лузинское молоко» | | «Звонаревокутское» | |
|---|--------------------|-------------|--------------------|-------------|
| | 2016 | 2017 | 2016 | 2017 |
| Наличие сельхозугодий всего, га | 6664 | 8260 | 9066 | 9066 |
| в том числе пашни | 6413 | 7731 | 8526 | 8526 |
| Крупный рогатый скот всего, гол. | 4200 | 4282 | 2701 | 2855 |
| коров, гол. | 2144 | 2243 | 1020 | 1020 |
| из них чистопородных | 2144 | 2243 | 1020 | 1020 |
| класса элита-рекорд, элита | 2083 | 2202 | 1019 | 1020 |
| 1 класса | 52 | 41 | 1 | 0 |
| Затраты труда на 1 цн молока, чел-час | 1,1 | 1,0 | 0,9 | 1,3 |
| Произведено молока, тонн | 14971,2 | 16113,4 | 5823,0 | 6362,3 |
| Удой на фуражную корову, кг | 7024 | 7474 | 5709 | 6238 |
| Реализовано молока, тонн | 14395,3 | 14801,7 | 5450 | 6027 |
| Выручка от реализации молока, тыс.руб. | 480561 | 640480 | 134027 | 156613 |
| Средняя реализационная цена молока, руб./тн. | 33383 | 43270 | 24593 | 25985 |
| Выход живых телят от 100 коров, гол. | 65,9 | 67,2 | 74,3 | 80 |
| Продолжительность использования коров (средний возраст выбытия), отелов | 2,69 | 2,8 | 3,0 | 2,7 |
| Удой коров за 305 сут. первой лактации, кг | 6625 | 6843 | 5487 | 6034 |
| Содержание жира, % | 3,49 | 3,54 | 4,12 | 4,14 |
| Содержание белка, % | 3,09 | 3,13 | 3,2 | 3,19 |
| Живая масса первотелок, кг | 537 | 529 | 530 | 528 |
| Удой коров за 305 сут. третьей лактации и старше, кг | 7248 | 7540 | 6026 | 6382 |
| Содержание жира, % | 3,49 | 3,52 | 4,14 | 4,13 |
| Содержание белка, % | 3,07 | 3,12 | 3,2 | 3,19 |
| Годовой расход кормов на 1 усл. гол., ц.к.ед. | 47,55 | 46,13 | 51,4 | 54,7 |
| Прибыль (+), убыток (-), тыс. руб. | 86806 | 93262 | 51804 | 51235 |
| от реализации молока | 238684 | 252576 | 58265 | 63343 |
| от реализации племенного молодняка | - | - | - | 144 |
| Рентабельность хозяйственной деятельности, % | 15,1 | 19,4 | 36,9 | 33,1 |
| Доля отрасли молочное скотоводство в товарной продукции, % | 78,6 | 90,7 | 91,2 | 91,2 |
| Рентабельность молока, % | 73,1 | 65,1 | 64,4 | 67,9 |
| Рентабельность молочного скотоводства, % | 58,0 | 40,3 | 36,4 | 39,0 |
| Ветеринарно-санитарное состояние | Благополучное | | | |

Такие производственные показатели, как выход живых телят на 100 коров и срок полезного использования коров выше в АО «Звонаревокутское». Вместе с тем, удой на одну корову в ООО «Лузинское молоко» превышает аналогичный показатель в АО «Звонаревокутское» в среднем на 500-800 кг. При этом содержание жира и белка в молоке выше в АО «Звонаревокутское», а рентабельность производства молока в АО «Звонаревокутское» превышает данный показатель в ООО «Лузинское молоко» почти в 6 раз. Такая разница в рентабельности обусловлена тем, что ООО «Лузинское молоко» имеет свое подразделение по переработке молока, где и формируется основная рентабельность предприятия.

При одинаковых возможностях обеспечения отрасли кормовой базой (за исключением ООО «Лузинское молоко») и затрат кормов на 1 условную голову, высоких характеристиках чистоты породного состава стада, продуктивность коров при промышленной технологии составляет 4610 кг - 6269 кг и уступает показателям при традиционной технологии (6238 кг - 7474 кг). Следует обратить внимание, что при промышленной технологии, за исключением АО «Богодуховское», к 3 лактации снижается продуктивность коров на 3,5 - 13,7%, тогда как при традиционной технологии она, наоборот, увеличивается на 9-10% при сопоставимых изменениях содержания жира и белка в молоке. Это обусловлено на наш взгляд, физиологическими преимуществами коров чернопестрой породы и имеющимися резервами при промышленной технологии в организации производственного процесса от оптимизации структуры поголовья до организации труда (производительность труда не значительно превышает уровень при традиционных технологиях). Не маловажным фактором роста эффективности является увеличение периода использования коров с 3,1 - 3,5 отелов до уровня ООО «Лузинское молоко» 4,1 - 5,2 отелов. Имеющиеся высокие затраты на выращивание молодняка и на содержание коровы при сложившемся уровне цен на продукцию молочного скотоводства затруднительно окупить за такой период ее технологического использования. В данном случае важным фактором повышения экономической эффективности является и увеличение средних реализационных цен до уровня предприятия с традиционной технологией.

Таким образом, проведённый сравнительный анализ показал, что высоко технологичные предприятия значительным преимуществом перед организациями с традиционными технологиями (при условии внедрения инноваций) в части экономической эффективности не располагают. Не используемые резервы не позволяют достигнуть рентабельности молочного скотоводства при промышленных технологиях на уровне 30-40%, даже при рентабельности молока 58 % (ООО «Комплекс Таврический»).

С другой стороны, рост производственного потенциала молочного скотоводства не возможен без внедрения промышленной технологии производства молока и будет иметь экономический смысл только при условии более эффективного использования ресурсов на высокотоварных комплексах и расширении направлений государственной поддержки модернизации отрасли, инновационных решений и научного обеспечения.

Список литературы

1. Министерство сельского хозяйства и продовольствия Омской области. [Электронный ресурс] - Режим доступа: <http://mcs.ru/>;
2. Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс] - Режим доступа: <http://www.gks.ru>.

© О.В. Шумакова, К.В. Емельяненко, 2018

ГРАВИТАЦИОННАЯ ЭНЕРГИЯ КАК ОСНОВА НОВОЙ ЭКОНОМИКИ

К.В. ЮРЬЕВ

Ведущий специалист Отдела регулирования цен
и тарифов Управления экономического развития и инвестиций
Администрация городского округа Сызрань
г. Сызрань

В статье проведён анализ существующего положения на мировом и российском рынках альтернативных источников энергии (АИЭ). В процессе исследования было выявлено, что развитие АИЭ в России существенно отстаёт от развития в мировой экономике, что приводит к некоторой зависимости от традиционных источников энергии. В результате наблюдается рост цен в первую очередь на электрическую энергию. Для решения данной проблемы предлагается внедрение в энергосистему России и Самарской области наиболее перспективных возобновляемых источников энергии.

Ключевые слова: альтернативные источники энергии, энергосистема страны, гравитационная энергетика.

Несмотря на заявления Международного экономического агентства о том, что в XXI веке мир останется «углеводородным», то есть основу использования будут составлять традиционные источники энергии - уголь, газ, нефть, в настоящее время сформировались причины перехода к альтернативным источникам энергии. Также этому способствует происходящая смена технологических укладов: становятся актуальными нанотехнологии, космические и когнитивные технологии, для развития которых нужны более производительные источники энергии.

В настоящее время в мире наиболее часто используются 2 вида альтернативных источников энергии (АИЭ) - солнечная и ветровая энергетика. Их главной особенностью является экологичность и относительная дешевизна получаемой электроэнергии. Основными недостатками, препятствующими массовому внедрению их в энергосистемы мира, является зависимость от климата и необходимость выделения больших территорий для установки оборудования.

В настоящее время капитальные инвестиции в АИЭ, несмотря на происходящее ускорение научно-технического прогресса в этой области, незначительно меньше или больше капитальных вложений в применяемые на данный момент установки выработки энергии.

Согласно исследованиям немецких учёных из института Fraunhofer ISE газовая генерация в среднем является на текущий момент самым экономичным способом производства электричества с точки зрения объемов необходимых удельных инвестиционных вложений (табл. 1).

Таблица 1

Капитальные вложения в выработку электроэнергии, тыс. руб.

| Установка | Стоимость, тыс. руб. | |
|---------------------|----------------------|----------|
| | минимум | максимум |
| Солнечные (малые) | 10400 | 14400 |
| Солнечные (большие) | 8000 | 11200 |
| Ветер (земля) | 8000 | 14400 |
| Ветер (вода) | 27600 | 36000 |
| Биогаз | 30000 | 50000 |
| Бурый уголь | 12500 | 18000 |
| Природный газ (ЛГУ) | 11000 | 16000 |
| Каменный уголь | 5500 | 11000 |

Величина капитальных вложений в строительство ЛГУ в 1,5-2 раза ниже, чем строительство солнечных и ветровых электростанций (стоимость которых продолжает снижаться). При этом в последнее время по мощности оборудования АИЭ не уступают традиционным установкам по производству энергии.

Особый интерес представляют биогазовые установки, которые позволяют производить не только электрическую, но и тепловую энергию; отходом таких установок являются удобрения для почвы, что позволяет организовать эффективное безотходное производство в сельском хозяйстве [5].

Использование АИЭ в настоящее время представлено на рис. 1.

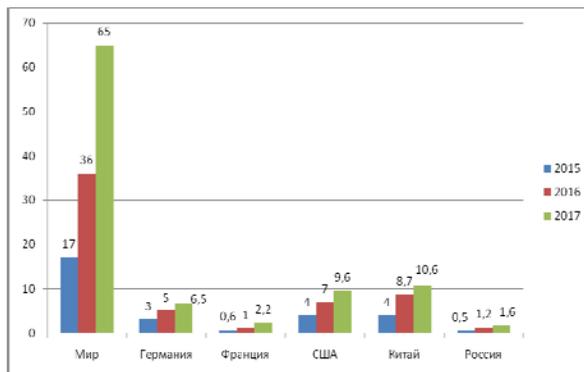


Рис. 1. Использование АИЭ в мировой экономике и в экономике России, ГВт

По диаграмме видно, что в 2017 году доля выработки электричества из АИЭ составляет 2,5%, что на 13,8% меньше, чем в Китае - лидере по производству электроэнергии из АИЭ, что обусловлено сильными экологическими проблемами, отсутствием мощной ресурсной базы для разгона ВВП выше общемирового, а также государственной политикой руководства страны [6].

Такое слабое развитие АИЭ в России объясняется несколькими причинами:

1. Наличие ресурсной базы: по последним оценкам разработка нефтяных месторождений позволит производить и продавать «чёрное золото» около 40 лет, газовых месторождений - 60 лет, угольных - 100 лет [2].

2. Зависимость экономики России от экспорта: не смотря на последние достижения отечественной экономики, бюджет РФ на 60-70% формируется от экспорта сырья (в первую очередь нефти и газа) [1, с. 38].

3. Низкий уровень инвестиций и отсутствие рациональной государственной поддержки. В настоящее время наблюдается техническое отставание России в некоторых областях от развитых стран: такими областями являются технологии в точной промышленности, компьютерные, космические и когнитивные технологии, станкостроении и тяжёлом машиностроении, нефтегазовых технологий; также это наблюдается в технологиях развития АИЭ. Согласно последним государственным указам и корректировкам стратегий предприятий ТЭК, предпринимаются попытки сократить отставание в развитии нефтегазовых технологий, увеличивая на 50-65% уровень инвестиций. Это происходит также за счёт снижения капиталовложений в АИЭ.

4. Ориентированность развития АИЭ в труднодоступных районах страны. С 2015 года в России было построено около 5 солнечных электростанций общей мощностью 397 МВт, 4 геотермальные станции мощностью 458 МВт и 7 ветряных станций мощностью до 315 МВт - чаще всего их располагают именно в тех районах страны, куда доставка традиционных источников энергии наиболее дорога (Крайний Север, районы Сибири, Дальний Восток, Камчатка). Из-за этого они не могут оказать какого-либо существенного влияния на энергобаланс страны.

Для решения именно последней проблемы предлагается осуществить инвестиции в проекты по использованию гравитационной энергии. Одним из проектов является использование изобретения швейцарского стартапа Energy Vault по строительству «гравитационных башен» (ГБ) [4], [7]; другой проект - гравитационная силовая установка (ГСУ), находящийся на стадии получения патента (табл. 2).

Таблица 2

Сравнение проектов по использованию гравитационной энергии

| Вариант решения | Площадь, м ² /м | Мощность генерации, МВт*ч | Стоимость, тыс. руб. |
|----------------------------------|----------------------------|---------------------------|----------------------|
| Гравитационная башня | 30/120 | 20-35 | 49 000 |
| Гравитационная силовая установка | 23/30 | 25-35 | 45 000 |

При сравнении вариантов строительства можно выделить преимущества второго варианта по занимаемой площади и высоте конструкции. Также присутствует незначительное отличие в стоимости конструкции. Главным существенным преимуществом данных решений является постоянная работа конструкции, основанная на гравитационном притяжении, что позволяет строить их в любом районе России.

Для анализа возможностей полноценного использования проектов по гравитационной энергетике в энергосистеме страны был проведён расчёт себестоимости 1 кВт электроэнергии, полученной из АИЭ (рис. 2).

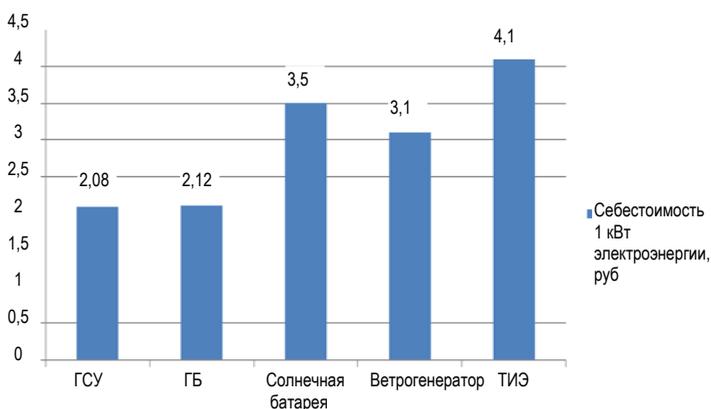


Рис. 2. Себестоимость 1 кВт электроэнергии, полученной из АИЭ, руб.

По диаграмме можно видеть, что проект гравитационной силовой установки и гравитационной башни позволяют получать наиболее дешёвую электроэнергию по сравне-

нию со стоимостью электроэнергии других АИЭ, а также от традиционных источников энергии (ТИЭ).

Проекты солнечных батарей и ветрогенераторов обладают рядом критических для многих областей России недостатками, ключевой из которых - дороговизна и сложность конструкций, что увеличивает капиталовложения, а также необходимость выделения большой территории для строительства подобных конструкций. Последний фактор особенно важен для Самарской области, так как здесь сосредоточен большой массив плодородных земель, находящихся в сельскохозяйственном обороте. Несмотря на достаточно большое количество солнечных дней в году, строительство солнечных батарей обладает меньшей рентабельностью по сравнению со строительством гравитационной башни или гравитационной силовой установки (рис. 3).

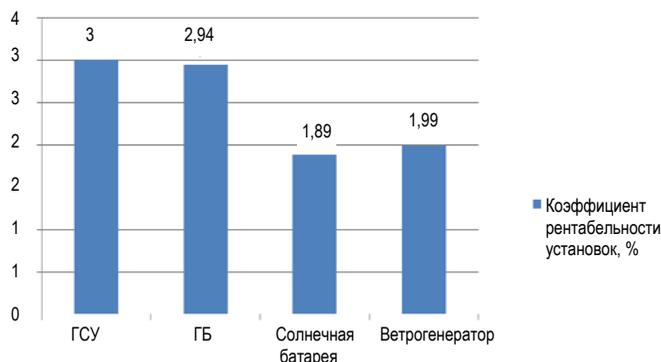


Рис. 3 - Коэффициент рентабельности установок по Самарской области, %

Наибольшую прибыль с одного рубля капиталовложений приносят именно проекты ГСУ и ГБ, что позволит на первом этапе эффективно конкурировать на рынке сбыта энергии. Они дают возможность поэтапно ускорить переход на АИЭ, что позволит избежать экстренных ситуаций и перебоев с поставками электроэнергии.

Таким образом, из-за климатических особенностей страны достижение 3% использования АИЭ в энергосистеме страны, обозначенных в Стратегии энергетической безопасности России до 2030 года [8], невозможно без больших финансовых вложений и инвестиционных рисков. Использование ГСУ и ГБ позволит не только достигнуть заданных результатов с использованием минимальных капиталовложений, но и создать экономику, независимую от имеющихся сырьевых энергоресурсов.

Список литературы

1. Ветрова Е.А., Намазов А.А., Полчанинов А.В. Зависимость бюджета РФ от сырьевого экспорта. «Материалы Ивановских чтений» Издательство: Бондалетов Валерий Викторович (Москва), 2017г. - 37-45 с. ISSN: 2413-5674.
2. Интернет портал «Все о нефти» [Электронный ресурс]: главная: запасы нефти в России. URL: <http://vseonefti.ru/> (дата обращения 6.12.2018).
3. Интернет портал Financial Guide Экспортный потенциал России [Электронный ресурс] URL: <http://www.financialguide.ru/> (дата обращения 6.12.2018).

4. Интернет-портал «Швейцария деловая» [Электронный ресурс]: статья «Energy Vault революционизирует мировую энергетику». URL: <https://business-swiss.ch/2018/09/energy-vault-mirovuju-jenergetiku/> (дата обращения 5.12.2018).

5. Крейг Моррис (Craig Morris), Мартин Пент (Martin Pehnt)/ Немецкий энергетический поворот - аргументы за возобновляемое энергетическое будущее. Изд.: фонд Генриха Белля, Берлин, 2017, 213 с.

6. Официальный сайт Всемирного саммита «SmartEnergy» [Электронный ресурс]: аналитическая статья ««Зеленая» энергетика: Россия присоединилась к мировой гонке возобновляемых источников энергии». URL: <http://smartenergysummit.ru/novosti/«zelenaya»-energetika-rossiya-prisoedinilas-k-mirovoj-gonke-vie> (дата обращения 7.12.2018).

7. Официальный сайт «Energy Vault» [Электронный ресурс]: проект гравитационной башни. URL:<http://www.smartenergyvault.com/Projects.html> (дата обращения 5.12.2018).

8. Сайт Министерства энергетики РФ [Электронный ресурс]: электронный документ «Стратегия энергетической безопасности России на период до 2030 года». URL: <https://minenergo.gov.ru/node/1026> (дата обращения 7.12.2018)

© К.В. Юрьев, 2018

УДК 332

ЧЕЛОВЕЧЕСКИЙ КАПИТАЛ СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА ВОРОНЕЖСКОЙ ОБЛАСТИ

Т.Н. ЯМЩИКОВА

к.э.н., доцент кафедры менеджмента
и государственного управления

Д.В. СИВОГЛАЗОВА

«Орловский государственный университет имени И.С. Тургенева»
г. Орел

В данной статье рассматриваются особенности человеческого капитала в Воронежской области. Анализ современного состояния человеческих ресурсов в АПК позволил установить взаимосвязь между показателями, характеризующими динамику человеческого капитала, определил положительные и отрицательные тенденции его развития и дальнейшую необходимость участия государства в его сохранении.

Ключевые слова: человеческий капитал, сельское хозяйство, заработная плата, численность населения, демографическая оценка.

Одним из главных факторов эффективного развития сельского хозяйства является формирование и развитие человеческого капитала в данной отрасли. Этот аспект в настоящий момент является таким же ключевым условием роста производственных сил, как и развитие технологий. Человеческий капитал определяется совокупностью физических и интеллектуальных возможностей человека, которые реализуются в системе экономических отношений с целью получения дохода и других видов капиталов в ходе трудового процесса [2].

Проводя анализ, следует отметить, что демографическая оценка состояния уже сложившегося человеческого капитала является основополагающей.

Воронежская область занимает 23 место по численности населения в России. Согласно официальным данным на 01.01.18, в регионе проживает 2 333 768 человек [5]. Количество городского населения составляет 1 576 374 человек, что практически вдвое

Проблемы экономического развития отраслей народного хозяйства

превышает численность сельского населения, удельный вес которого составляет 32,5%. За десять лет количество живущих в регионе уменьшилось на 1612 человек. Не смотря на это, удельный вес горожан в общей численности увеличился с 63,7 % до 67,5%. Это связано, прежде всего, с тем, что Воронежская область остается одним из наиболее привлекательных регионов, конкурируя со столицей за миграционные потоки из Липецкой, Белгородской, Тамбовской и Ростовской областей. Стоит отметить тот факт, что за период с 2010 по 2018 год доля сельского населения сократилась на 3,8%.

В целом, для Воронежской области характерна не значительная, но стабильная тенденция снижения общей численности населения (табл.1). Стоит отметить тот факт, что темп сокращения количества сельского населения практически в 4 раза превышает темпы изменения общей численности в регионе за исследуемый период.

Таблица 1

Численность населения Воронежской области в 2010-2018 гг., тыс. человек

| Год | Все население, чел. | В том числе: | | В общей численности всего населения, % | |
|------|---------------------|--------------|----------|--|----------|
| | | городское | сельское | городское | сельское |
| 2010 | 2 335 380 | 1487637 | 847743 | 63,7 | 36,3 |
| 2011 | 2 334 809 | 1538639 | 796170 | 65,9 | 34,1 |
| 2012 | 2 331 506 | 1545788 | 785718 | 66,3 | 33,7 |
| 2013 | 2 330 377 | 1549701 | 780676 | 66,5 | 33,5 |
| 2014 | 2 328 959 | 1553416 | 775543 | 66,7 | 33,3 |
| 2015 | 2 331 147 | 1557206 | 773941 | 66,8 | 33,2 |
| 2016 | 2 333 477 | 1565763 | 767714 | 67,1 | 32,9 |
| 2017 | 2 335 408 | 1572456 | 762952 | 67,3 | 32,7 |
| 2018 | 2 333 768 | 1575293 | 758475 | 67,5 | 32,5 |

Составлено авторами по материалам Федеральной службы государственной статистики [Электронный ресурс] - Режим доступа: <http://www.gks.ru/>

Говоря о численности сельских жителей в России и конкретно Воронежской области, следует упомянуть о соотношении мужского и женского населения. Актуальность ситуации переезда трудоспособного мужского населения в крупные города для поиска работы, порождают ситуацию уменьшения сельского населения в целом и делают более заметным удельный вес количества женского населения (табл. 2).

Таблица 2

Численность сельского населения и соотношение мужчин и женщин, млн. человек

| Год | РФ | | Воронежская область | |
|------|--|---------------------------------------|--|---|
| | Численность сельского населения, млн. чел. | Приходится женщин на 1000 мужчин, чел | Численность сельского населения, тыс. чел. | Приходится женщин на 1000 мужчин, тыс. чел. |
| 2010 | 37,6 | 1163,0 | 847743,0 | 1190,0 |
| 2011 | 37,5 | 1093,0 | 796170,0 | 1189,0 |
| 2013 | 37,2 | 1086,0 | 780676,0 | 1184,0 |
| 2014 | 37,1 | 1084,0 | 775543,0 | 1182,0 |
| 2015 | 38,0 | 1082,0 | 773941,0 | 1180,0 |
| 2016 | 37,9 | 1080,0 | 767714,0 | 1179,0 |

Составлено авторами по материалам Федеральной службы государственной статистики [Электронный ресурс] - Режим доступа: <http://www.gks.ru/>

Ниже представлена информация по количеству сельского населения Воронежской области, классифицированному по трудоспособному возрасту.

Таблица 3

Структура сельского населения Воронежской области по трудоспособному возрасту, %

| Год | Моложе трудоспособного возраста | В трудоспособном возрасте | Старше трудоспособного возраста |
|------|---------------------------------|---------------------------|---------------------------------|
| 2010 | 14,7 | 57,0 | 28,3 |
| 2011 | 14,8 | 56,6 | 28,5 |
| 2012 | 15,0 | 56,1 | 28,9 |
| 2013 | 15,2 | 55,5 | 29,3 |
| 2014 | 15,5 | 54,8 | 29,7 |
| 2015 | 15,9 | 54,0 | 30,1 |
| 2016 | 16,2 | 53,3 | 30,5 |

Составлено авторами по материалам Федеральной службы государственной статистики [Электронный ресурс] - Режим доступа: <http://www.gks.ru/>

Проводя анализ таблицы 3, необходимо отметить, что количество трудоспособного населения за период с 2010 по 2016 год сократилось на 3,7%. В тоже время следует отметить, что это в большей степени связано с ростом доли населения моложе трудоспособного возраста на 1,5%, с 14,7% в 2010 году до 16,2% в 2016г.

Анализируя данные таблицы 4, необходимо отметить, что доля населения, занятого в сельском хозяйстве увеличилась всего на 1,6 % [3]. Это свидетельствует о том, что люди все чаще выбирают для себя специальность и род деятельности, не связанный с аграрным сектором экономики. Прежде всего, это обуславливается более низкой заработной платой в аграрном секторе. Кроме того, уровень инфраструктуры сельских регионов, в которых предстоит работать местным жителям зачастую оставляет желать лучшего. В отличие от областных центров, в удаленных регионах возникают вопросы с жильем, образовательными, медицинскими и досуговыми учреждениями [1].

Таблица 4

Численность населения, занятого в сельском хозяйстве Воронежской области за 2010-2016 гг., тыс. человек

| Население | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 |
|--|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| Численность занятого населения, всего | 1 054 300 | 1 054 900 | 1 057 900 | 1 057 000 | 1 055 300 | 1 092 500 | 1 094 800 |
| В т.ч. в сельском хозяйстве | 163 200 | 160 800 | 154 800 | 153 600 | 153 500 | 190 200 | 190 200 |
| Доля населения, занятого в сельском хозяйстве, % | 15,8 | 15,2 | 14,6 | 14,5 | 14,5 | 17,4 | 17,4 |

Составлено авторами по материалам Федеральной службы государственной статистики [Электронный ресурс] - Режим доступа: <http://www.gks.ru/>

В связи с тем, что в сельской местности достаточно небольшое количество образовательных учреждений, для местного населения остается проблематичным решение вопроса о получении высшего образования. Необходимо формирование государственных целевых программ с широким участием аграрного бизнеса, направленных на приток молодых специалистов с высшим образованием в сельскую местность.

Таблица 5

Структура численности занятого населения всего по сельскому хозяйству по уровню образования, %

| Структура численности населения по уровню образования | Годы | | | | | | | |
|---|-------|---------------------|-------|---------------------|-------|---------------------|-------|---------------------|
| | 2010 | | 2013 | | 2015 | | 2016 | |
| | РФ | Воронежская область |
| Занятое население | 100,0 | 100,0 | 100,0 | 100,0 | 100,0 | 100,0 | 100,0 | 100,0 |
| В том числе имеют образование: | | | | | | | | |
| Высшее профессиональное | 9,0 | 7,8 | 9,8 | 9,9 | 11,2 | 10,7 | 11,6 | 10,9 |
| Среднее профессиональное | 17,3 | 18,8 | 17,3 | 18,5 | 18,3 | 19,0 | 18,0 | 18,5 |
| Начальное профессиональное | 21,3 | 13,5 | 20,8 | 13,1 | 19,7 | 15,6 | 20,5 | 16,4 |
| Среднее общее | 35,3 | 46,3 | 36,6 | 49,4 | 37,1 | 41,3 | 35,9 | 40,7 |
| Основное общее | 14,9 | 12,7 | 13,9 | 8,1 | 12,4 | 12,2 | 12,7 | 12,4 |
| Не имеют основного общего образования | 2,2 | 0,8 | 1,6 | 1,1 | 1,3 | 1,2 | 1,3 | 1,1 |

Составлено авторами по материалам Федеральной службы государственной статистики [Электронный ресурс] - Режим доступа: <http://www.gks.ru/>

В структуре населения занятого в сельском хозяйстве, как в России, так и в Воронежской области, преобладают лица со средним общим образованием. Доля таких лиц в 2016 году в России 35,9%, в Воронежской области - 40,7%. Последние годы наблюдается тенденция роста доли лиц с высшим образованием, занятых в сельском хозяйстве. Это можно объяснить, как и повышением условий труда для специалистов с образованием, так и опережающим ростом аграрного сектора национальной экономики. Хотя, следует признать, что доля специалистов с высшим образованием в сельском хозяйстве по-прежнему остается ниже, чем в среднем по экономике.

Второй причиной оттока сельского населения является заработная плата, как правило, порог которой не позволяет замотивировать местных жителей. Уровень заработной платы оказывает значительное влияние на развитие человеческого капитала в той или иной сфере деятельности. Проводя анализ таблицы 3, необходимо обратить внимание на то, что величина заработной платы по стране увеличилась в 1,9 раза в то время, как в отрасли сельского хозяйства - в 2,6 раза.

Таблица 6

Среднемесячная заработная плата работников в организациях РФ и Воронежской области в 2010-2017 гг., руб.

| Год | Зарплата в среднем по РФ | | Соотношение з/п в с/х и в экономике, % | Средняя з/п по Воронежской области | | Соотношение з/п в с/х и в экономике, % |
|------|--------------------------|---------|--|------------------------------------|---------|--|
| | в среднем по экономике | в с/х | | в среднем по экономике | в с/х | |
| 2010 | 20952,0 | 10668,0 | 50,9 | 14337,0 | 10000,0 | 69,7 |
| 2011 | 23369,0 | 12464,0 | 53,3 | 16055,0 | 12215,0 | 76,1 |
| 2012 | 26629,0 | 14129,0 | 53,1 | 19538,0 | 14296,0 | 73,2 |
| 2013 | 29792,0 | 15724,0 | 52,8 | 21825,0 | 16440,0 | 75,3 |
| 2014 | 32629,0 | 17573,0 | 53,9 | 24001,0 | 18330,0 | 76,4 |
| 2015 | 34012,0 | 19401,0 | 57,0 | 24906,0 | 20580,0 | 82,6 |
| 2016 | 36740,0 | 21388,0 | 58,2 | 26335,0 | 23588,0 | 89,6 |
| 2017 | 39148,0 | 25137,0 | 64,2 | 28338,0 | 23384,0 | 82,5 |

Составлено авторами по материалам Федеральной службы государственной статистики [Электронный ресурс] - Режим доступа: <http://www.gks.ru/>

Статистика нам показывает увеличение в Воронежской области оплаты труда. Уровень заработной платы в области по экономике в целом вырос в 2 раза за анализируемый период с 14 337 руб. до 28 338 руб. [4]. В сельском хозяйстве этот показатель еще выше и равен 2,3 раза.

В 2015 и 2016 гг. среднемесячная заработная плата в отрасли сельского хозяйства Воронежской области среднемесячную заработную плату в этой же отрасли в РФ на 1 179 и 2 200 рублей соответственно. Это объясняет тот факт, что в 2015-2016 годы количество человек, занятых в сельском хозяйстве, увеличилось на 1,6 %. Однако уже в 2017 году наблюдается незначительное уменьшение уровня заработной платы в сфере сельского хозяйства в регионе, а его значение на 9,3 % меньше, чем в целом по стране.

Таким образом, можно сделать вывод, что анализируемые показатели оказывают непосредственное влияние друг на друга. Исходя из этого, стоит отметить, что в Воронежской области наблюдается положительная тенденция в части перспективы формирования человеческого капитала в сельском хозяйстве. Это выражается, прежде всего, в повышении уровня заработной платы в этой отрасли, что повлекло за собой увеличение количества людей, занятых в аграрном секторе, в том числе и с высшим образованием. В то же время следует понимать, что, в целом, сложилась тенденция к сокращению численности сельского населения по причине роста естественной убыли и снижения количества мигрантов в сельские регионы. Этот аспект подтверждает необходимость государственной поддержки в части сохранения и формирования человеческого капитала в региональном АПК.

Список литературы

1. Алтухова А. России необходима новая аграрная политика / А. Алтухова // Экономист. - 2014. - № 8. - С. 28-40.
2. Гарифуллина Э.Ф. Развитие человеческого капитала как инновационное направление государственной политики / Э.Ф. Гарифуллина // Теоретическая и прикладная экономика. - 2014. - № 2. - С. 36-43.
3. Российский статистический ежегодник. 2013-2017: стат. сб. / Росстат. - Москва, 2013-2017.
4. Труд и занятость в России. 2013-2017: стат. сб. / Росстат. - Москва, 2013-2017.
5. Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://gks.ru> (дата обращения: 02.12.2018).

© Т.Н. Ямщикова, Д.В. Сивоглазова, 2018

УДК 331

ЭКОНОМИЧЕСКИЙ РОСТ И ДИНАМИКА УРОВНЯ ДОХОДОВ НАСЕЛЕНИЯ

Л.А. ЯНГИРОВА

студент

Научный руководитель

А.Э. ГАЛИНА

доцент, кандидат социологических наук

«Башкирский государственный университет»

г. Уфа

В статье рассматривается проблема экономического роста и динамики уровня доходов населения. Проводится анализ динамики ВВП РФ, динамики реальных располагаемых денежных доходов, распределения населения по величине среднедушевых денежных доходов, коэффициента Джини. Основной итоговый вывод говорит о том, что уровень неравенства доходов населения является чрезмерно высоким, что определяет острую потребность в выработке мер стимулирующей государственной политики в области доходов.

Ключевые слова: экономический рост, доходы населения, ВВП, коэффициент Джини, неравенство в распределении доходов

Без преувеличения можно сказать, что проблема экономического роста - главная проблема и цель любого современного государства. Но, как показывает практика, не всегда экономический рост коррелируется с положительной динамикой доходов всего населения. С ростом экономического роста возникает проблема неравенства экономических доходов населения. Таким образом, актуальность исследования обусловлена тем, что проблемы экономического роста, динамики уровня доходов населения и, как следствие, неравенства доходов - существовали всегда и сегодня приобрели особую актуальность.

В первую очередь, кратко обратимся к терминологии. Экономический рост - это устойчивая тенденция, оцениваемая увеличением реального объема и темпов выпуска ВВП в расчёте на душу населения [3, с. 145]. Статистика уровня жизни населения требует анализа расходов и доходов граждан, представляющих сложную структуру социально-экономических факторов повседневной деятельности отдельных домохозяйств. Доходы домашних хозяйств рассчитываются в системе определенных показателей, к которым относятся несколько типов доходности населения. Денежный доход включает в себя весь объем финансовых средств домохозяйства, используемый для повседневных расходов и создания сбережений, но не учитывающий привлечение кредитных средств и ранее накопленных сумм [1, с. 523]. Таким образом, доход как социально-экономическая категория представляет собой приток денежных средств и материальных ценностей, полученных в результате определенной деятельности государством, юридическим или физическим лицом [2, с. 32].

Возникает вопрос - какова реальная взаимосвязь между ростом экономики и уровнем дохода населения? В зарубежной и отечественной экономической литературе есть разные мнения на этот счет: существует позиция, согласно которой однозначной взаимосвязи между уровнем благосостояния (в частности, доходами населения) и макроэкономическим ростом не прослеживается. Ряд ученых полагают, что качество жизни населения определяется темпами экономического роста. Также существует мнение, что экономический рост зависит от структуры и динамики доходов населения. Позиция что

Как показывает график, фактический рост экономики в России начался в 1999 году. В 2000 г. он превысил 10%. 2015 год для России оказался провальным. В частности, из-за «накалённой» внешней обстановки произошёл спад всех основных макроэкономических показателей страны на 4,6%. 2016 год - рецессия продолжается, но сокращается до 1%; 2017 год - темпы экономического роста падают практически до нуля. Экономические спады последних лет компенсировались денежными средствами из резервного фонда и фонда национального благосостояния. Первый уже израсходован и перестал существовать, денежный объём второго составляет примерно 3 трлн рублей.

Далее рассмотрим реальные располагаемые денежные доходы населения России по данным Росстата (Рис. 2).

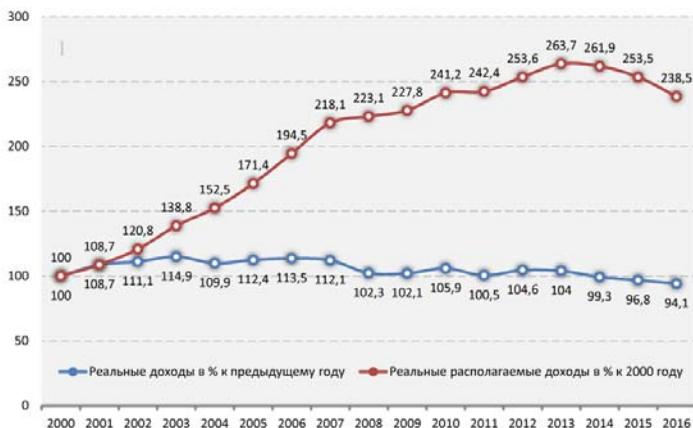


Рис. 2 Реальные располагаемые денежные доходы 2000-2016 гг.

Составлено автором по данным Росстат [5]

Как видно из графика, реальные доходы населения с 2000 года выросли всего в 2,4 раза. И это с учетом сильно занижаемой официальной инфляции. Причем, бодрый рост до 2008 года сменился стагнацией, которая с 2014 года перешла в падение реальных доходов населения. Неравенство в потреблении рассмотрим через распределение населения по величине среднудушевых денежных доходов (Рис. 3).

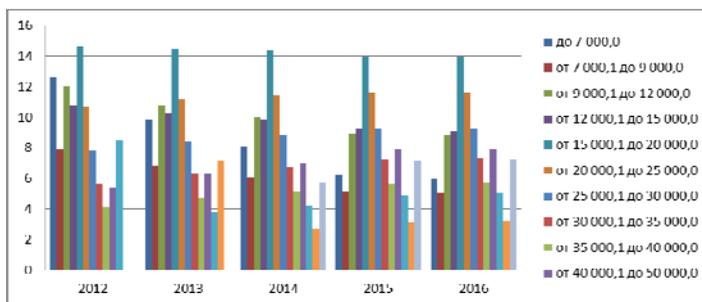


Рис. 3 Распределение населения по величине среднудушевых денежных доходов 2012-2016 гг.

Составлено автором по данным Росстат [5]

Из диаграммы мы видим, что в целом неравенство в обществе растет. Так, в 2014-2016 годах падают доходы населения с доходами от 15 000,1 до 20 000,0, тогда как процент населения с доходами свыше 70 000,0 - значительно растет.

На основе статистических данных Росстата о структуре потребительских расходов населения для расчета индекса потребительских цен в соответствующем году отразим изменения коэффициента Джини (Рис. 4).



Рис. 4 Коэффициент Джини 2000-2016 гг.

Составлено автором по данным Росстат [5]

При анализе графика, мы видим, что в России нарастает социальное неравенство. Так, в 2000-м коэффициент Джини в РФ был на уровне 0,395, а в 2015-м уже 0,412, по Росстату. Также есть коэффициент фондов, он указывает на соотношение доходов 10% самых богатых и 10% самых бедных граждан. Если в 2000 году разрыв между доходами 10% самых богатых и 10% самых бедных граждан составлял в России 13,9 раза, то в 2015-м уже 15,6 раза.

Хотя стоит отметить, что в отдельные годы динамика показателей была все же благоприятной: с 2013-го по 2015-й коэффициенты Джини и фондов снижались. Новый перелом случился в первом полугодии 2016-го, когда коэффициент Джини увеличился до 0,399 с 0,396, которые были в первом полугодии 2015-го. А коэффициент фондов вырос до 14,1 раза с 13,8 раза по состоянию на первое полугодие 2015-го.

Таким образом, основной вывод анализа состоит в том, что неравенство растёт вместе с экономическим ростом и доходами населения, и зависимость имеет форму, близкую к линейной. В настоящее время в России уровень неравенства доходов населения является чрезмерно высоким, в том числе по сравнению с развитыми европейскими странами, что определяет острую потребность в выработке мер стимулирующей государственной политики в области доходов. Как уже отмечалось ранее, формирование такой политики должно основываться в первую очередь на эффективной системе оценки распределения доходов.

Главной задачей социально-экономической политики современного государства является повышение качества и уровня жизни населения. Качество жизни - это один из важнейших показателей развития страны, который определяет степень удовлетворения материальных, духовных и социальных потребностей человека и представляет собой совокупность показателей общего благосостояния людей. Одной из важнейших функций государства в современных условиях является распределение ограниченных ресурсов, каким образом реализуется эта

функция и насколько она эффективна показывает индикатор качества жизни. На сегодняшний день, Россия по данному критерию отстает от развитых стран, что связано с низким уровнем производительности труда в стране и слабой эффективностью отечественного производства в целом, социальная политика государства требует серьезных корректировок, а принятые программы, стратегии и концепции доработки.

Государственное регулирование повышения качества и уровня жизни населения заключается в совершенствовании процесса гармонизации общественных отношений, главным из которых является обеспечение социальных гарантий с целью повышения эффективности использования рабочей силы и достижения достойного уровня жизни населения. Для достижения высоких показателей по качеству и уровню жизни населения необходимо реализовать следующие мероприятия:

- 1) Ориентация бюджетную политику на поддержку населения;
- 2) Увеличение государственной поддержки на развитие социальной сферы, модернизация социальной инфраструктуры на основе государственно-частного партнерства;
- 3) Обеспечение повышения качества социальных услуг (образовательная сфера, здравоохранения, социальное страхование и проч.);
- 4) Сохранение и рост минимальных социальных гарантий населения;
- 5) Поддержка нетрудоспособной части населения, снижение уровня социальной напряженности посредством обеспечения оптимального распределения трудовых ресурсов;
- 6) Развитие и признание человеческого потенциала базовым фактором развития экономики.

Список литературы

1. Дмитриева Т. Н., Канихин Т. Н. Обзор подходов к анализу уровня жизни населения // Аллея науки. - 2017. - № 16. - С. 140-145
2. Дубынина А.В. Доходы и расходы домашних хозяйств и их роль в измерении уровня и качества жизни населения // Домашнее хозяйство в прошлом и настоящем: материалы Международной научно-практической конференции / Под ред. Я.С. Ядгарова. 2013. - с.31-36.
3. Норова С. Ю. Основные направления обеспечения экономического роста // Инновационное развитие. - 2018. - № 5. - С. 144-146
4. Рудакова О. В., Лыгина Н. И., Крюкова О. А. Доходы населения в системе экономического роста // Среднерусский вестник общественных наук. - 2017. - № 6. - С. 219-232
5. Федеральная служба государственной статистики РФ / [Электронный ресурс]. URL: <http://www.gks.ru/> (Дата обращения: 01.12.18)

© Л.А. Янгирова, 2018

ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УСЛУГ

УДК 338.46

УПРАВЛЕНИЕ КАЧЕСТВОМ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УСЛУГ В ПОДГОТОВКЕ БАКАЛАВРОВ ПЕДАГОГИЧЕСКОГО ОБРАЗОВАНИЯ

Е.Г. ГУРЕЕВА

кандидат педагогических наук, доцент кафедры управления,
сервисных технологий и экономического образования
Самарский государственный социально-педагогический университет
г. Самара

В статье рассматривается проблема управления качеством образовательных услуг в условиях перехода на стандарты результатов с учётом специфики образовательных услуг, обоснованы возможности использования управленческих механизмов процессного подхода в формировании и оценке профессиональных компетенций бакалавров, на примере бакалавров педагогического образования продемонстрированы инструменты формулирования, формирования и оценки профессиональных компетенций.

Ключевые слова: управление качеством, качество образования, образовательные услуги, процессный подход, компетентностный подход.

В настоящее время проблема повышения качества образовательных услуг является одной из первоочередных для всех типов образовательных организаций. Переход на стандарты третьего и последующих поколений предполагает изменение акцентов от содержания обучения к его результатам. В высшем образовании в качестве результатов выступает перечень общекультурных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций, заявленных в стандартах на подготовку бакалавров различных направлений. Компетенции соотнесены с блоками дисциплин программы подготовки бакалавров. Однако для того, чтобы компетенции были не только заявленными, но и реальными результатами, т.е. являлись приобретенным опытом деятельности, а не суммой теоретических знаний и умений, необходима соответствующая модернизация методического сопровождения образовательного процесса.

В отечественной и зарубежной литературе вопросам формирования и оценки профессиональных компетенций уделено значительное внимание по двум направлениям - собственной формулировка компетентностных результатов и разработка оценочных инструментов.

Так, в частности, авторы анализируют и предлагают критерии оценки профессиональных компетенций и способы организации итогового контроля с учётом сформулированных критериев [1].

Мартыненко О.О., Якимова З. В., Николаева В.И. отмечают необходимость участия работодателей в формулировании, формировании и оценке профессиональных компетенций, которая возможно только в практико-ориентированной среде [2, с. 36-38].

В фокусе рассмотрения ряда других авторов - требования федеральных государственных образовательных стандартов и модель выпускника [3, 4, 5].

Михелькевич В.Н. и Никифорова С.Н. обосновывают, что задание на проверку сформированности профессиональной компетенции должно носить комплексный характер по ключевым видам профессиональной деятельности [6, с. 350-351].

По проблемам оценки профессиональных компетенций педагогов и руководителей образовательных организаций представлены диссертационные исследования Ивановой О.В., Умниковой Е.Л. с обоснованием структуры профессиональных компетенций педагогов и модели многокритериального оценивания [7, 8].

Таким образом, формирование и оценка профессиональных компетенций являются решающим фактором повышения качества подготовки бакалавров.

Определенную помощь в этом могут оказать достижения современной управленческой науки, предлагающей эффективные инструменты управления качеством продукции и услуг.

Проблемы, связанные с определением качества образовательных услуг, измерения и управления им заключаются в самой природе образовательных услуг:

- как и любые другие услуги, образовательные услуги неосвязаемы, поэтому их трудно оценить, используя какие-либо физические показатели;
- результат обслуживания не может быть сохранён, что сильно затрудняет его контроль;
- результаты обслуживания обычно различны - даже в образовательных программах с высокой степенью стандартизации разные потребители получают отличающиеся образовательные услуги;
- потребитель сам вовлечен в операционный процесс - это увеличивает вероятность того, что каждая операция будет уникальной [9].

С учетом специфики образования качество образовательных услуг - это степень, до которой неотъемлемые свойства услуги, желаемые для потребителя, выявлены и включены в процесс обслуживания и степень, в которой желательные уровни свойств воспринимаются потребителем как достигнутые.

В настоящее время в управлении качеством приоритетным направлением является процессный подход.

Процессный подход предполагает определение основных и вспомогательных процессов в деятельности организации, их последовательности и взаимодействия, критериев их «результативности», ресурсного обеспечения, процедур мониторинга, измерения, анализа и постоянного улучшения процессов. В образовательной организации одним из таких процессов является образовательный процесс.

При разработке и документировании любого процесса для возможности управления им с точки зрения менеджмента качества необходимо максимально четко определить следующие его характеристики: определить владельца процесса (ответственное лицо), определить входы и выходы, поставщиков и потребителей процессов, установить параметры реализации процесса, подобрать ресурсы и спланировать результаты.

При применении процессного подхода к такому этапу жизненного цикла продукции как подготовка бакалавров сложно четко определить все характеристики, отвечающие требованиям процессного подхода затруднительно, ввиду того, что невозможно:

- 1) однозначно задать владельца образовательного процесса;
- 2) задать исчерпывающим образом все результаты образовательного процесса;

- 3) исчерпывающим образом задать ресурсное обеспечение образовательного процесса;
- 4) исчерпывающим образом задать параметры образовательного процесса.

Процессный подход к управлению качеством не позволяет рассматривать образовательный процесс как процесс с жестко закрепленными параметрами, осуществляемый путем реализации различных форм (лекционные, практические, семинарские, лабораторные занятия), подразумевающих взаимодействие преподавателя и студента, поскольку в педагогике под взаимодействием понимается совместная активная деятельность двух субъектов - преподавателя и студента, из которых только преподаватель административно подчиняется руководителю. Отсюда вытекает необходимость разработки инструментов управления, позволяющих мотивировать студента на достижение запланированных образовательных результатов, превращающих его в полноценного субъекта своего обучения [10].

Применительно к образовательному процессу реализация процессного подхода в менеджменте качества предполагается в следующем:

- определение промежуточные и итоговых образовательных результатов для всех видов учебной деятельности студентов;
- регламентация деятельности преподавателей по подготовке учебных программ, разработке контрольно-измерительных материалов, в том числе балльно-рейтинговых карт;
- введение единого способа «измерения» образовательных результатов и процедуры их оценивания;
- доведение до сведения студентов планируемых образовательных результатов и способов оценивания их достижения.

На факультете экономики, управления и сервиса Самарского государственного социально-педагогического университета в соответствии с обозначенными позициями менеджмент качества образовательного процесса по направлениям «Менеджмент», «Торговое дело», «Сервис», «Экономика», «Педагогическое образование» обеспечивается реализацией следующего алгоритма действий:

1. Разработка основной профессиональной образовательной программы, в которой определены все образовательные результаты по данному направлению. Выявленные результаты являются продуктом декомпозиции компетенций стандарта направления, распределены по дисциплинам учебного плана и заявлены в аннотациях основной образовательной программы. Осуществляет руководитель направления основной профессиональной образовательной программы.

2. Разработка балльно-рейтинговых карт дисциплин учебного плана направления. В балльно-рейтинговой карте дисциплины определены модули, формирующие законченные образовательные результаты. При этом результаты распределены по формам аудиторной (текущий контроль и контрольные мероприятия) и внеаудиторной работы. Приведены примеры заданий на проверку заявленных образовательных результатов с учетом принципа единого способа «измерения» образовательных результатов. Ответственными являются преподаватели кафедр. Балльно-рейтинговые карты дисциплин предоставляются студентам для ознакомления с результатами, заданиями и способами их оценивания. Предполагается, что студент, имея исчерпывающие характеристики «входа» и «выхода», способов их измерения, занимает позицию субъекта своей учебной деятельности, начинает управлять ею, то есть осуществляется перевод внешних обратных связей руководителя и преподавателя во внутренние обратные связи обучающегося.

3. Составление программы итоговой государственной аттестации, целью которой является проверка уровня сформированности основных «компетентностных» результатов. На факультете экономики, управления и сервиса такими результатами являются

профессиональные технологии, формируемые в процессе изучения профессиональных дисциплин и проверяемые на контрольных мероприятиях. В программе итоговой государственной аттестации перечислены образовательные результаты, проверяемые профессиональные технологии и дисциплины их формирующие.

При разработке рабочих программ дисциплин учебного плана и программ итоговой государственной аттестации по экономическим направлениям подготовки факультета экономики, управления и сервиса Самарского государственного социально-педагогического университета преподавателями учитывался компетентностный подход и требования соответствующих стандартов, но, как показал опыт проведения итоговых аттестаций, в большинстве случаев у выпускников проверялось понимание видов профессиональной деятельности, а не сама деятельность.

В соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом направления подготовки 44.03.01 Педагогическое образование для студентов, обучающихся по профилю «Экономика» нами были сформулированы следующие компетентностные профессиональные результаты:

- разработка основных элементов (конкретизированных формулировок итоговых результатов, инструментов оценки сформированности одного из итоговых результатов, промежуточных результатов, содержания обучения, дидактических ресурсов) программы элективного курса экономической направленности исходя из запросов обучающихся;

- разработка основных элементов программы внеурочной деятельности (конкретизированных формулировок итоговых результатов, показателей сформированности итоговых результатов, инструментов оценки одного из итоговых результатов, содержания программы) экономической направленности исходя из рекомендаций администрации школы и особенностей контингента и план проведения одного из занятий (мероприятий) программы;

- разработки основных элементов программы профессионального модуля СПО (конкретизированных формулировок итоговых результатов, показателей сформированности итоговых результатов, инструментов оценки сформированности одного из итоговых результатов, промежуточных результатов, содержания обучения) под заданные профессиональные компетенции и требования (рекомендации) руководителя программы;

- разработки программы индивидуальной работы экономической направленности с обучающимся исходя из особенностей обучающегося и запроса обучающегося и/или администрации образовательной организации;

- разработки просветительской программы (программы просветительского мероприятия) экономической направленности для родителей обучающихся под сформулированный запрос и/или рекомендации администрации школы;

- разработки плана уроков/занятий дисциплины исходя из требований ФГОС, содержания учебного пособия и особенностей контингента обучающихся;

- разработки контрольно-измерительных материалов (оценочных средств) под заданные образовательные результаты.

Перечисленные результаты были включены в программу государственной итоговой аттестации, результаты которой показали средний и высокий уровень сформированности профессиональных компетенций выпускников. В качестве рекомендации была отмечена необходимость формирования преемственности ресурсных образовательных результатов в дисциплинах учебного плана подготовки бакалавров.

На примере второго из списка компетентностных результатов проанализируем его формирование и оценивание.

Проблемы развития образовательных услуг

Составление программы внеурочной деятельности экономической направленности является заданием курсового проекта дисциплины «Формирование метапредметных и личностных результатов во внеурочной деятельности по экономике». В билете итоговой государственной аттестации формулировка компетентностного задания содержит параметры ситуации (указание на класс, особенности контингента и группу универсальных учебных действий): «администрация школы предлагает вам разработать программу внеурочной деятельности экономической направленности на полугодие с учащимися девярых классов исходя из необходимости формирования коммуникативных универсальных учебных действий. Вам известно, что у данных учащихся средний уровень сформированности всех групп универсальных учебных действий.

Разработайте основные элементы программы внеурочной деятельности (конкретизированные формулировки итоговых результатов, показатели сформированности итоговых результатов, содержание программы) экономической направленности исходя из данных рекомендаций и особенностей контингента и план проведения одного из занятий (мероприятий) программы».

Выполните задание в прилагаемом формате в электронном виде.

Формат бланка, с одной стороны, структурирует ответ студента, с другой - ограничивает объем выполнения задания, ориентируя на выбор основного материала в соответствии с ячейками бланка и критериями оценки. Бланк 1 представляет собой один лист формата А4, бланки 2 и 3 - 2 листа формата А4 каждый. Заполнение бланков в электронном виде даёт возможность студенту самостоятельно регулировать объем материала при сохранении структуры бланка.

Бланк 1. Образовательные результаты программы внеурочной деятельности

| |
|---|
| Итоговые образовательные результаты программы внеурочной деятельности |
| Показатели сформированности итоговых результатов программы |
| Инструмент оценки одного из итоговых результатов |

Бланк 2. Содержание программы внеурочной деятельности

| Наименования разделов программы (набор мероприятий) | Содержание разделов (мероприятий) и формы организации внеурочной деятельности | Объем часов |
|---|---|-------------|
| | | |
| | | |

Бланк 3. Разработка занятия программы внеурочной деятельности

| |
|--|
| Наименование занятия (мероприятия) внеурочной деятельности |
| Планируемые образовательные результаты |
| Форма занятия (мероприятия) внеурочной деятельности |
| Содержание занятия (мероприятия), включая описание образовательных технологий, техник, методов, приемов работы |
| Дидактические ресурсы |

Заполненные бланки оцениваются в формате модельного ответа по следующим критериям:

Бланк 1:

- единицы содержания, включенные в формулировки планируемых образовательных результатов, конкретны;
- формулировки планируемых образовательных результатов позволяют однозначно представлять деятельность, которая задается для проверки достижения учащимися указанного результата;
- для каждого из планируемых образовательных результатов существует возможность зафиксировать факт (степень) его достижения средствами педагогического измерения;
- итоговые образовательные результаты соответствуют запросам учащихся;
- оценочные средства позволяют провести оценку сформированности выбранного итогового результата указанным способом;
- указанные промежуточные результаты позволяют сформировать итоговые результаты (итоговый результат);
- отсутствуют избыточные промежуточные результаты.

Бланк 2:

- содержание учебного материала и формы организации образовательного процесса позволяет сформировать все запланированные образовательные результаты рациональным способом;
- отсутствует избыточное содержание;
- запланированный ресурс учебного времени является необходимым и достаточным для освоения заявленных образовательных результатов и в заявленных формах организации образовательного процесса.

Бланк 3:

Заявленные дидактические ресурсы (учебники, задачки, справочники, слайды и пр.) необходимы и достаточны для достижения планируемых результатов обучения в указанных формах организации образовательного процесса

Таким образом, итогом обучения студентов по программам бакалавриата является владение соответствующими профессиональными технологиями, что позволяет им быть более востребованными на современном рынке труда.

Процесный подход может быть использован также в управлении социальной, воспитательной, научно-исследовательской работой высшего учебного заведения.

Список литературы

1. Павлуцкая Н.М., Скокова Л.В. К вопросу об оценке профессиональных компетенций выпускников вузов // Вестник Восточно-Сибирского государственного университета технологий и управления. 2014. №1 (46). С. 136-140.
2. Мартыненко О.О., Якимова З. В., Николаева В.И. Методический подход к оценке компетенций выпускников // Высшее образование в России. 2015. №12. С. 35-45.
3. Созонова Л.Т. Особенности применения образовательных стандартов, основанных на оценке компетенций выпускников // Сборник трудов конференции «Инновационные процессы в образовании: стратегия, теория и практика развития». - Екатеринбург: Изд-во Российский государственный профессионально-педагогический университет, 2013. С. 200-202.
4. Абросимова Е.Б. Модель оценки компетенций выпускников образовательных программ // Проблемы и перспективы развития образования в России. - Новосибирск: Центр развития научного сотрудничества. 2012. № 14. С. 180-183.

5. Кузьменко И.В. Оценка сформированности профессиональных компетенций выпускников в свете требований ФГОС ВПО // Вестник Владивостокского государственного университета экономики, управления и сервиса. Владивосток. 2013. № 3 (21). С. 89-91.

6. Михелькевич В.Н., Никифорова С.В. Комплексное контрольное задание - эффективный инструмент оценки качества сформированности профессиональных компетенций выпускников // Сборник «Новая стратегия оценивания учебной деятельности». - Самара: СамГТУ, 2016. С. 349-354.

7. Иванова О.В. Проектирование системы оценивания профессиональных компетенций преподавателей и руководителей образовательных учреждений: Дисс... канд. пед. наук. - Калининград, 2011. - 140 с.

8. Умникова Е.Л. Развитие профессиональной компетентности педагога в условиях инновационной образовательной среды: Дисс... канд. психолог. наук. - Екатеринбург, 2011. - 189 с.

9. Матвеева Н.Н. Процессный подход в управлении качеством образовательного процесса как средство повышения качества образовательных результатов (на примере факультета и кафедры вуза). Автореферат на соискание ученой степени кандидата педагогических наук. - Самара, 2009. - 24 с.

10. Фишман Л.И. Методология и механизмы повышения качества образовательных услуг на основе делегирования обратных связей. - Самара: Самарский научный центр РАН, 2009. - 180 с.

© Е.Г. Гуреева, 2018

УДК 339.138

О РАЗРАБОТКЕ ПИАР - ПРОДУКТА ВУЗА

В.В. ДУДНИКОВ

кандидат педагогических наук, доцент

Самарский государственный социально-педагогический университет

г. Самара

В данной статье исследуются вопросы маркетинга вуза, особенностям пиар и разработки пиар - продукта. Особое значение уделено технологии разработки пиар - продукта вуза.

Ключевые слова: маркетинг, маркетинг вуза, пиар, пиар вуза, пиар - продукт вуза, технология разработки пиар - продукта вуза.

К рассмотрению вопроса успешности организации можно подходить по-разному. В принципе, любая организация становится успешной при условии, что она имеет достаточно ресурсов для производства продукта, востребованного внешней средой. Иными словами, можно выделить два основных условия успешности организации: обеспеченность ресурсами и востребованность производимого продукта. Обе характеристики нестабильны по своей природе - ресурсы имеют свойство устаревать, а востребованность зависит от потребностей внешней среды, которые безграничны и изменчивы. Поэтому для достижения успеха руководителю организации необходимо обеспечивать ресурсами (имеющимися и привлеченными) производство и реализацию товаров и услуг, соответствующих потребностям в них субъектов внешней среды.

Любая организация выступает как субъект взаимодействия с внешними субъектами, что приводит к усложнению процесса согласования внутренних и внешних возможностей (ресурсов) с прогнозируемым результатом удовлетворения ее потребностей. Организации необходимо управление как согласованное с поставленной целью изменение состояния различных ресурсов. Разделение ресурсов организации на внутренние и внешние позволяет разделить управление организацией на:

управление внутренней средой организации (как согласование целей и ресурсов организации) и управление внешней средой организации (как согласование внешних потребностей, целей и результатов деятельности организации).

Управление внешней средой организации и есть, в сущности, маркетинг, поскольку маркетинг рассматривается как деятельность по согласованию результатов деятельности организации (изменения ее внутренней среды) с потребностями клиентов (потребностями внешней среды).

Маркетинг представляет собой деятельность, направленную на удовлетворение нужд и потребностей групп людей посредством обмена, по обеспечению наличия нужных товаров и услуг для соответствующей аудитории в соответствующее время в подходящем месте по определённой цене при осуществлении необходимых коммуникаций и мер по стимулированию сбыта (5).

Такой процесс согласования реализуется посредством постоянно осуществляемых видов деятельности, которые называют базовыми функциями маркетинга: исследовательская, производственная, сбытовая, коммуникационная и организационная (управление маркетингом) (4). Итогом выполнения базовых функций являются важные для организации решения по определению:

целей, стратегий, задач организации, характеристик продукта (востребованному внешней средой), требований к производству, качеству, конкурентоспособности продукта, способам и средствам доставки продукта до конечного потребителя, способам и средствам воздействия на потребителей и внешнюю среду, координации всех действий по маркетингу.

Современный маркетинг включает в себя разнообразные виды деятельности, одним из которых является организация маркетинговых коммуникаций, главным назначением которой является воздействие на широкую аудиторию в интересах организации. Маркетинговые коммуникации включают в себя ряд элементов: рекламу, пиар, прямые продажи, стимулирование продаж, брендинг. Каждый из элементов способен решать конкретную задачу продвижения, поэтому сегодня организации стремятся интегрировать маркетинговые коммуникации для обеспечения эффекта комплексного воздействия на внешнюю среду.

Если формулировать конкретные задачи каждого из элементов маркетинговых коммуникаций, то:

реклама - это информационное воздействие на широкую аудиторию потребителей;
прямые продажи - это индивидуальное воздействие на потребителей посредством информации и эмоций;

стимулирование продаж - это активное побуждение потребителей к покупке;
брендинг - это закрепление в сознании представителей внешней среды выгоды покупки;

пиар - это эмоциональное воздействие на широкую аудиторию представителей внешней среды.

Тем самым, одним из элементов маркетинговых коммуникаций является пиар - процесс коммуникации между фирмой и обществом для формирования общественного мнения, создания репутации компании и управление ею (3). В условиях рыночной экономики пиар приобретает особую актуальность в процессе формирования позитивного имиджа организации, что в конечном итоге обеспечивает усиление ее позиций на рынке.

Из актуальности применения маркетинговых коммуникаций вообще и пиара, в частности, видно, что эти инструменты должны быть реализованы в процессе управления организацией ее внешней средой. При этом следует сказать, что мало знать технологию организации и реализации пиара, им также необходимо уметь управлять. В противном случае ресурсы, затраченные на подготовку и проведение пиар, могут быть потрачены напрасно, если управление организацией пиара будет не реализовано. И, таким образом,

запланированные результаты могут быть не достигнуты. Только тщательная организация пиар - мероприятий позволит максимально полно разработать процедуру управления этой деятельностью и достичь поставленных в этой области целей.

Каждая организация независимо от сферы, в которой она функционирует, должна реализовывать пиар. Это касается и вузов. При этом следует отметить, что у вузов есть особый интерес в применении пиар.

Применение вузами маркетингового подхода является необходимой составляющей конкурентной борьбы сегодня. Для вуза важны все составляющие маркетинга: политики, цели, задачи, средства, инструменты, методики. Это позволяет вузу решать задачи представления своих образовательных услуг в виде реализуемых образовательных программ (8).

В современных условиях маркетинг образования - это философия, стратегия и тактика отношений и взаимодействий потребителей и производителей образовательных услуг и продуктов в условиях рынка, свободного выбора приоритетов и действий с обеих сторон. Целевой результат маркетинговой деятельности - это обеспечение рентабельности через наиболее эффективное удовлетворение потребностей: личности - в образовании, вуза - в развитии и благосостоянии сотрудников, организаций - в росте кадрового потенциала, общества - в расширенном воспроизводстве интеллектуального потенциала (4).

В число целей вуза входит максимизация доходов или прибыли. Это в свою очередь включает: увеличение объемов платного образования, узнаваемость торговой марки вуза, усиление партнерских отношений с внутренней аудиторией, увеличение ее лояльности, расширение дополнительного и бизнес - образования, вывод на рынок новых предложений (направлений подготовки), усиление пиара, укрепление и расширение международного сотрудничества.

В таких сферах как образование, культура, наука, искусство, маркетинг носит как коммерческий, так и некоммерческий характер. Маркетинг вуза нацелен как на создание и успешное продвижение и реализацию конкретных продуктов, так и на создание благоприятного и широкого социального эффекта.

Пиар можно определить как действия по установлению отношений с общественностью, включающие проведение программ, целью которых является продвижение или защита имиджа компании или ее товаров (7). Иными словами, пиар - это элемент маркетинговых коммуникаций, обеспечивающий установление и поддержание общения, взаимопонимания, расположения и сотрудничества между организацией и общественностью (6). Также можно определять пиар как плановую, непрерывную деятельность по созданию и развитию всеобщего понимания и доверия общественности к фирме, ее значимости и имиджу (1). В сущности, пиар - это продолжительные, планируемые усилия, которые направлены на создание и поддержку взаимопонимания и доброжелательных отношений между организацией и ее общественностью (3). В какой-то степени, пиар представляет собой искусство убеждать людей и влиять на их мнение, поддерживать готовность к необходимым переменам, предотвращать и преодолевать кризисные ситуации.

Пиар в образовании - это попытка удовлетворить интерес к образовательному учреждению и его образовательным услугам путем передачи имеющейся информации через различные каналы. Конечная цель таких связей - различные материальные выгоды, которые получит образовательное учреждение. Пиар вуза - это организация общественного мнения в целях наиболее успешной работы образовательного учреждения и повышения его репутации. Пиар в образовании - это одна из функций управления вузом, способствующая установлению и поддержанию общения, взаимопонимания, расположения и сотрудничества между вузом и обществом.

Наиболее значимым вопросом в осуществлении пиар вуза (как и любой организации) является разработка пиар - продукта. Следует отметить, что о разработке рекламного продукта (разработка, организация, применение, оценка эффективности) проведено много исследований. Разработке пиар - продукта, особенно для вузов, посвящено мало исследований. Поэтому необходимо, прежде всего, определить понятие пиар - продукт. Опираясь на определение рекламного продукта и сущности пиар, можно сформулировать следующее определение: пиар - продукт - эмоционально оформленное сообщение определенной целевой аудитории с помощью конкретного средства коммуникации. И это не только пиар - мероприятия, но и другие формы, обеспечивающие эмоциональное воздействие на общество.

При этом, исследователи чаще всего выделяют такие результаты реализации пиар как специальные мероприятия (специальные события) (2). Конкретизируя такую позицию, можно говорить о пиар - продукте как о мероприятиях, проводимые в целях формирования позитивного имиджа организации и привлечения внимания общественности к самой организации, ее деятельности и продуктам. Основными специальными событиями в пиар являются такие мероприятия как презентации, церемонии открытия, конференции, круглые столы, дни открытых дверей, выставки, вручение премий и стипендий, конкурсы, парады, фестивали, годовщины, вечера, балы, специальные поездки и концерты (2). К результатам пиар можно отнести также написание пресс-релизов, эссе, спонсорская помощь, создание листовок (несущих эмоциональную нагрузку).

Вузы, как и любые другие организации, должны применять в своей деятельности пиар для поддержания собственной работоспособности. В противном случае они рискуют быть «выбывшими» из рынка образовательных услуг. Вузы, опирающиеся в основном на существующие традиции и стабильное государственное финансирование, в современных условиях уподобляются предприятиям, которые могут и обанкротиться, если не будут учитывать изменения, происходящие в окружающей среде (2).

Можно выделить отличительные признаки пиар - продукта, исходя из определения пиар:

- Пиар - продукт создается в соответствии с определенной целью;
- Пиар - продукт оказывает эмоциональное воздействие на потребителя, заказчика, плательщика и т.д.;
- Пиар - продукт направлен на поддержание имиджа организации;
- Пиар - продукт вызывает заинтересованность потребителей в получении информации об организации, об ее продуктах.

Для того чтобы разработка и реализация пиар-продукта позволили достичь поставленных целей необходимо применять эффективный алгоритм разработки и реализации пиар - продуктов. При этом стоит отметить, что не достаточно хорошо разработать пиар - продукт, его необходимо еще и успешно реализовать. Недостаточно хорошо реализовать продукт, его первоначально необходимо успешно разработать.

Вузы, применяющие пиар - технологии на практике, проводящие качественные социологические исследования для определения, например, того, какие средства массовой информации наиболее полно и достоверно освещают события в области образования, имеют больше шансов быть востребованными на рынке образовательных услуг и предоставлять благодаря исследованиям спроса на образовательные услуги более качественный продукт.

Можно выделить несколько наиболее употребляемых среди вузов пиар - продуктов:

- Сообщения на радио, охватывающие большую часть аудитории, особенно на региональном уровне;
- Сообщения в печати - листовки, буклеты, календари, реклама в печатных СМИ;

Проблемы развития образовательных услуг

• Презентации с выездом в отдалённые районы, донесение информации до которых является важным для сохранения коммуникативной сети, охватывающей все точки сосредоточения постоянных и потенциальных клиентов.

Все эти пиар - продукты способствуют построению имиджа вуза, позиционированию вуза, преодолению стереотипов общественности, учету интересов и потребностей абитуриентов и их родителей.

Таким образом, для того, чтобы вузы эффективно функционировали и достигали стоящих перед ними целей, необходимо грамотно построить деятельность в области пиара. От того, как организован пиар и реализуются пиар - продукты зависит степень доверия к вузу и его поддержка обществом.

Технология разработки пиар - продукта принципиально не отличается от порядка разработки рекламного продукта, потому что исследователи не разделяли рекламный продукт и пиар - продукт. В отношении вуза - это существенная разница. Рекламный продукт информирует и призывает, а пиар - продукт создает эмоции по отношению к предложению вуза. И в этом и начинаются сложности по привлечению абитуриентов на разные направления и профили подготовки, поскольку вуз предлагает широкий ассортимент образовательных услуг. Возникает необходимость по каждому направлению и профилю подготовки создавать свой пиар - продукт.

Последовательность действий по разработке пиар - продукта вуза можно представить так:

| Руководитель службы маркетинга вуза | Исполнитель (работник маркетингового отдела вуза) |
|--|--|
| 1. Формулирует цели и задачи разрабатываемого пиар - продукта вуза, определяет бюджет разработки и реализации пиар - продукта вуза, а также устанавливает критерии оценки результата разработки и реализации пиар - продукта на основании стратегических целей маркетинга. | 2. На основании анализа ранее выявленных характеристик целевой аудитории, на которую планируется оказание влияния посредством реализации планируемого пиар - продукта вуза, определяет особенности восприятия целевой аудитории. |
| | 3. На основании определенных особенностей восприятия целевой аудитории определяет мотивы, которые будут положены в основу разработки пиар - продукта вуза. |
| 5. Утверждает предложения по применению определенных исполнителем мотивов, посредством которых будет реализовано воздействие на целевую аудиторию. | 4. Разрабатывает предложения по применению определенных ранее мотивов, которые будут положены в основу разработки пиар - продукта вуза, для их утверждения вышестоящим руководством. |
| | 6. На основании выбранных мотивов, посредством которых будет реализовано воздействие на целевую аудиторию, определяет методы воздействия на целевую аудиторию. |
| 8. Утверждает предложения по применению определенных исполнителем методов воздействия на целевую аудиторию. | 7. Разрабатывает предложения по применению определенных ранее методов воздействия на целевую аудиторию для их утверждения вышестоящим руководством. |
| | 9. На основании выбранных методов, посредством которых будет реализовано воздействие на целевую аудиторию, определяет способы воздействия на целевую аудиторию. |
| 11. Утверждает предложения по применению определенных исполнителем способов воздействия на целевую аудиторию. | 10. Разрабатывает предложения по применению определенных ранее способов воздействия на целевую аудиторию для их утверждения вышестоящим руководством. |

Актуальные проблемы развития российской экономики и управления

| Руководитель службы маркетинга вуза | Исполнитель (работник маркетингового отдела вуза) |
|--|--|
| | 12. Разрабатывает идею пиар - продукта вуза, адекватную определенным ранее способам воздействия на целевую аудиторию. |
| 14. Утверждает предложения по применению разработанной исполнителем идеи пиар - продукта вуза. | 13. Разрабатывает предложения по применению разработанной идеи пиар - продукта вуза для ее утверждения вышестоящим руководством. |
| | 15. Дорабатывает идею пиар - продукта вуза с учетом выданных руководителем рекомендаций. |
| | 16. Согласованно с руководителем устанавливает критерии для разработки пиар - продукта вуза сторонней организацией в области результативности пиар - продукта. |
| 18. Утверждает разработанный сторонней организацией пиар - продукт. | 17. Организует привлечение сторонней организации из внешней среды для непосредственного создания ею пиар - продукта по разработанной идее. |
| 20. Утверждает календарный план реализации пиар - продукта вуза. | 19. Составляет календарный план реализации пиар - продукта вуза. |
| 22. Анализирует составленный отчет, включающий оценку потенциальной эффективности реализации пиар - продукта вуза. Выдает рекомендации по реализации пиар - продукта. Соотносит предполагаемую результативность реализации пиар - продукта с поставленными изначально целями и задачами реализации пиар - продукта, а также с критериями оценки разработки и реализации пиар - продукта. Утверждает пиар - продукт для его дальнейшей реализации. | 21. Составляет аналитический отчет, включающий оценку потенциальной эффективности реализации разработанного пиар - продукта вуза. |

Технология управления разработкой пиар - продукта вуза состоит из следующих этапов:

1. Формулирование цели и задачи разрабатываемого пиар - продукта вуза, определение бюджета разработки и реализации пиар - продукта, а также установление критериев оценки результата разработки и реализации пиар - продукта на основании стратегических целей маркетинга.
2. Разработка предложений по применению определенных исполнителем мотивов, посредством которых будет реализовано воздействие на целевую аудиторию.
3. Разработка предложения по применению определенных исполнителем методов воздействия на целевую аудиторию.
4. Разработка предложения по применению определенных исполнителем способов воздействия на целевую аудиторию.
5. Разработка предложения по применению разработанной исполнителем идеи пиар - продукта вуза.
6. Утверждение разработанного сторонней организацией пиар - продукта.
7. Утверждение календарного плана реализации пиар - продукта вуза.
8. Анализ составленного исполнителем отчета, включающего оценку потенциальной эффективности реализации пиар - продукта вуза. Выдача рекомендаций по реализации пиар - продукта. Соотнесение предполагаемой результативности реализации пиар -

продукта с поставленными изначально целями и задачами реализации пиар - продукта, а также с критериями оценки разработки и реализации пиар - продукта. Утверждение пиар - продукта для его дальнейшей реализации.

Применение данной технологии позволит эффективно реализовывать процесс разработки пиар - продукта и избежать нерентабельных вложений.

Список литературы

1. Багиев Г.Л., Тарасевич В.М., Анн Х.. Маркетинг, 3-е издание: Питер, 2005г.
2. Бареев В.А., Малькевич А.А.. Организация и проведение PR-кампаний: ПИТЕР, Москва, 2010г.
3. «Все о «Public Relations», <http://www.pr-chance.kiev.ua>.
4. Голдобин Н.Д. Особенности маркетинга в организации дистанционного обучения // Дистанционное образование. - 1999. - № 1.
5. Грудзинский А.О. Университет как предпринимательская организация // Социсследование, 2003.- №4.
6. Дудников В.В.. Изучаем маркетинговые коммуникации, практикум для студентов факультета управления социальной сферой, Самара, издательство СГПУ, Самара, 2009.
7. Котлер Ф. Маркетинг - менеджмент: экспресс курс, ПИТЕР, 2-е издание, 2006.
8. Сагинова О. Маркетинг образовательных услуг // Маркетинг в России и за рубежом. - 1999. - №3.
9. Уткин Э.А., Баяндаев В.В., Баяндаева М.Л.. Управление связями с общественностью, PR: Москва, ТЕИС, 2005.
10. Фишер С., Дорнбуш Р., Шмалензи Р. «Экономика»: Москва, 2000.

© В.В. Дудников, 2018

УДК 331.2

**ИЗМЕНЕНИЯ В СИСТЕМЕ ОПЛАТЫ ТРУДА
В ОБЩЕОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ОРГАНИЗАЦИЯХ: ПРОБЛЕМЫ И РЕШЕНИЯ**

П.А. ЕРШОВА

студент

Л.В. ФЕОФИЛАКТОВА

старший преподаватель кафедры экономики

Самарский государственный социально-педагогический университет

г. Самара

В статье рассмотрены старая и новая системы оплаты труда в общеобразовательных организациях. Показаны их достоинства и недостатки.

Ключевые слова

В каждой организации на локальном уровне закреплена, какая система оплаты труда в ней применяется. Если это тарифная система, правила использования, которой в 2015-2016 годы регламентируются действующими нормами ТК РФ, то в локальном нормативном акте, например положении об оплате труда или коллективном договоре, прописываются все составляющие этой системы и принципы их применения. Так, работодатель должен расписать тарифную сетку, которая будет использоваться при начислении зарплаты сотрудникам.

Тарифная сетка - шкала разрядов, каждому из которых присвоен свой тарифный коэффициент, показывающий, во сколько раз тарифная ставка любого разряда больше первого. Тарифный коэффициент первого разряда всегда равен единице. Количество разрядов и величины, соответствующих им коэффициентов определяют коллективным договором, заключаемым на предприятии. Коллективный договор разрабатывается на основе тарифного соглашения и не должен предусматривать ухудшение положения работников по сравнению с его условиями [1].

В рамках тарифной сетки закреплялась привязка к тарифным разрядам. Так, все должности на предприятии делились на определенные группы - разряды. 1-й разряд присваивался наименее квалифицированным должностям, а повышался разряд с повышением уровня сложности работы повышателя.

Введение Единой тарифной сетки упорядочило в определенной мере тарифные условия оплаты труда работников социально-культурной сферы экономики, устранив неоправданный разрыв, который имел место до этого. Через систему тарификации работ и оценки квалификации работников должен был реализоваться принцип равной оплаты за равносложный труд.

В то же время введенная в первые годы реформирования экономики Единая тарифная сетка с самого начала не смогла решить целого ряда возлагаемых на нее задач.

Основным недостатком Единой тарифной сетки чаще всего считают низкий уровень тарифной ставки 1-го разряда, так как большинство ставок по разрядам Единой тарифной сетки оказалось ниже величины прожиточного минимума трудоспособного населения в целом по стране. Сложилось мнение, что для повышения эффективности оплаты труда ей необходимо существенно увеличить тарифную ставку 1-го разряда, установив ее равной величине прожиточного минимума трудоспособного населения по всей стране.

В целях обеспечения условий для роста размеров оплаты труда работников бюджетной сферы на протяжении всего периода функционирования ЕТС Правительство РФ неоднократно принимало решения о повышении уровня тарифных ставок Единой тарифной сетки. Это постоянно приводило к сокращению диапазона сетки, т. е. уменьшению различий в уровнях ставок крайних разрядов. Вследствие чего практически для всех отраслей бюджетной сферы стало характерным «смещение» тарификации в сторону более высоких разрядов, что можно рассматривать как следствие заниженных уровней тарифной ставки первого разряда и соответственно ставок последующих разрядов Единой тарифной сетки.

Такая система была удобна во времена высокой инфляции, так как позволяла оперативно индексировать зарплаты всем бюджетникам. Но и как у любой другой системы, у Единой тарифной сетки имелись и отрицательные стороны. Это очень жесткая конструкция - если уж происходит повышение, то разом у всех вне зависимости от ситуации в каждой отдельно взятой отрасли. А потому каждая индексация требовала серьезных бюджетных расходов. Кроме того, ЕТС не учитывала специфики профессии.

Новая система была введена в России с 1 декабря 2008 года. Предлагается, что данная система кардинально поменяет подход к установлению величины заработка. Главное в этой

системе то, что она обещает максимум самостоятельности руководителям бюджетных организаций. Поскольку не будет ни жесткой тарифной сетки, ни нормативного утверждения штатного расписания в организации, руководитель сам сможет перераспределять средства, чтобы стимулировать наиболее ценных работников. Зарплата будет зависеть от таких факторов, как объем работы, диапазон профессиональных обязанностей и должностных требований внутри одной квалификационной группы, уровень образования и квалификации конкретного работника.

Принципиальное отличие новой системы оплаты труда от оплаты труда на основе Единой тарифной сетки состоит в том, что ею предусмотрено разделение работников по видам экономической деятельности. Более широкие полномочия передаются руководителям бюджетных учреждений по вопросам распределения фонда оплаты труда и найма тех специалистов, которые нужны в настоящий момент, определения необходимого количества сотрудников для исполнения задач, стоящих перед учреждением.

Основной фонд оплаты труда определяется из минимальных ставок зарплаты по различным должностям в соответствии с утвержденными профессиональными группами. Минимальные ставки увеличиваются на размер повышающего коэффициента. Повышающий коэффициент может учитывать стаж работы, квалификационную квалификацию, наличие ученой степени, почётное звание.

Благодаря новой системе оплаты труда учителей стало более прозрачным и объективным распределение бюджетных средств, повысилась эффективность расходования бюджетных средств, заинтересованность у педагогов к достижениям своих учащихся, также у учителей сформировалась готовность к внешней оценке их труда.

Однако внедрение новой системы оплаты труда выявило ряд проблем. Обнаружены экономическая неподготовленность руководителей педагогических учреждений, низкая активность общественности в управлении школ и главное - неоднозначное отношение учителей к новой системе. Директорами школ была отмечена проблема «уравниловки» заработной платы, когда педагог с большим стажем получает столько же, сколько начинающий педагог. Возникла проблема с распределением фонда оплаты труда и фонда стимулирующей части [3].

Весьма серьезной проблемой новой системы оплаты труда является учет не в полной мере сложности труда руководителей образовательных учреждений, их заместителей и главных бухгалтеров. Как правило, применение положений новой системы приводит к тому, что должностные оклады этой категории работников устанавливаются на более низком уровне, чем заработная плата высококвалифицированных педагогических работников.

Время показало, что новые системы оплаты труда действенно заработали лишь в нескольких регионах страны, где их введение сопровождалось увеличением финансирования отрасли.

Кроме того, повышению результативности внедрения новых систем оплаты труда способствовало введение эффективного контракта - трудового договора с работником, в котором конкретизированы его должностные обязанности, условия оплаты труда, показатели и критерии оценки эффективности деятельности для назначения стимулирующих выплат в зависимости от результатов труда и качества оказываемых государственных (муниципальных) услуг, а также меры социальной поддержки [2].

Основная идея эффективного контракта в образовании, - привязать экономические показатели (то есть зарплату учителя) к критериям качества выполняемой им работы. Речь идет о составлении трудового договора с соответствующей структурой и условиями, прозрачными и понятными каждому учителю.

Переход на эффективный контракт продолжается и в настоящее время во всей бюджетной сфере. Из положительных моментов можно отметить повышение заработной платы и как следствие повышение престижа работы педагога. Насколько здесь заслуга эффективного контракта это нужно установить, так как на него перешли не все образовательные организации.

Список литературы

1. Постановление Правительства РФ от 5 августа 2008 г. №583 «О введении новых систем оплаты труда работников федеральных бюджетных, автономных и казенных учреждений и федеральных государственных органов, а также гражданского персонала воинских частей, учреждений и подразделений федеральных органов исполнительной власти, в которых законом предусмотрена военная и приравненная к ней служба, оплата труда которых осуществляется на основе Единой тарифной сетки по оплате труда работников федеральных государственных учреждений»
2. Распоряжение Правительства РФ от 26 ноября 2012 г. №2190-р «О программе поэтапного совершенствования системы оплаты труда в государственных (муниципальных) учреждениях на 2012-2018 года»
3. Северина О.А. Мониторинг образовательной деятельности педагогов в условиях новой системы оплаты труда - М.: Издательство «Учитель», 2010 - С.141-143.
4. Трудовой кодекс Российской Федерации

© П.А. Ершова, Л.В. Феофилактова, 2018

УДК 336.1

МЕХАНИЗМ СОФИНАНСИРОВАНИЯ ПРИ РЕАЛИЗАЦИИ ЗАПРОСОВ РОДИТЕЛЕЙ В ОБЛАСТИ ПРОЕКТНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ШКОЛЬНИКОВ

Н.А. ЖУРАНОВА

кандидат педагогических наук
МБОУ СОШ 101 г.о. Самара

А.Д. МАКАРОВА

ученик
МОУ СОШ 101 г.о. Самара

О.И. ПУГАЧ

кандидат педагогических наук, доцент
Самарский государственный социально-педагогический университет
г. Самара

В статье рассмотрены некоторые теоретические и практические аспекты финансирования проектной деятельности обучающихся в общеобразовательной школе. Предложена система софинансирования при активном участии родителей, выявлены ее правовые и технические особенности. Схема проиллюстрирована практическим примером реализованного коллективного проекта на базе микроконтроллера *Arduino*.

Ключевые слова: проектная деятельность, дополнительные образовательные услуги, среднее общее образование, микроконтроллеры *Arduino*, кластерный подход, софинансирование.

Проектную деятельность обучающихся в общеобразовательной школе, введенную в соответствии с новыми федеральными государственными образовательными стандартами (ФГОС) можно назвать проблемной образовательной услугой. Как прави-

ло, она вызывает отрицательные эмоции у большинства участников образовательного процесса: у обучающихся, повышая и без того значительную учебную нагрузку, у учителей - далеко не во всех образовательных учреждениях сопровождение проектной деятельности оплачивается, у родителей - которым и приходится, в конечном итоге, собирать презентацию или компоновать материалы из Интернета, у администрации - которая выступает медиатором в массе возникающих конфликтов.

Не в последнюю очередь это связано с отношением к проектной деятельности педагогов и органов управления образованием: так в работе [2] обозначен перечень ложных предположений, которыми оперируют субъекты проектной деятельности, контекст-анализ литературы показывает, что основное внимание уделяется исследовательской, а зачастую и презентационной составляющей, оставляя за рамками организационные и финансовые вопросы.

В то же время проектная деятельность, выступая частью индивидуальной образовательной программы обучающегося, нуждается в комплексном подходе к решению, интересный пример такового представлен в [1]. Целью данной работы выступает анализ подходов к финансированию проектной деятельности в общеобразовательной школе.

Предваряя дальнейшее обсуждение, заметим, что далеко не каждая проектная деятельность нуждается в дополнительном финансировании. Однако направления информатика, технология, биология, химия, режиссура - история, география, зачастую требуют дополнительного оборудования, расходных материалов (от микросхем и реактивов до бумаги с картриджом), стоимость которых может не «вписываться» в школьный бюджет. Отказ же от подобной деятельности не дает значительной части детей реализовать свой научно-творческий потенциал, плохо сказывается на формировании информационных и технологических компетенций, функциональной грамотности в целом.

Источниками финансирования проектной деятельности могут выступать:

- образовательное учреждение (ОУ) в рамках государственного финансирования (зачастую возможности ограничены);
- ОУ в рамках внебюджетного финансирования (в том числе и за счет оказания дополнительных образовательных услуг);
- гранты и целевые программы;
- производственные предприятия и/или вузы в рамках кластерного подхода [5] или социального партнерства [4].

Казалось бы, такое многообразие потенциальных источников финансирования должно обеспечить каждое общеобразовательное учреждение необходимыми материально-техническими ресурсами. Однако на практике это не так. Рассматривая основные этапы проектной деятельности, вслед за авторами работы [3], выделим следующие: поиск и оформление проектной идеи, поиск путей реализации и составление плана привлечения инвесторов, пилотная реализация продукта, сервиса или услуги, презентация проекта, доработка и продвижение проекта.

Практика показывает, что за исключением первого финансового источника - собственных средств ОУ, привлечение прочих ресурсов возможно лишь на четвертом этапе, после презентации пилотного варианта. Но и сама разработка пилотного варианта требует финансирования, зачастую создавая неразрывный круг проблем, препятствующих появлению новых научно-творческих коллективов. В школе 101 города Самары для решения указанной проблемы решено было привлечь родителей обучающихся. В сотрудничестве с Самарским государственным социально-педагогическим университетом, школьники освоили (под руководством студентов-наставников) основы работы с электронными устройствами на базе микроконтроллеров Arduino и выбрали

желаемую тему проектной работы, одной из которых стала разработка учебной метеостанции на контроллере Arduino.

Задачи проекта были сформулированы следующим образом:

- изучить область применений метеостанций;
- создать метеостанцию с термометром, барометром и гигрометром;
- разработать приложения для считывания данных устройств;
- проверить работу устройства на практике.

Сформулировав задачи проекта, ученики приступили к расчету себестоимости изделия (без учета оборудования, необходимого для сборки, прототипирования и пайки, то есть постоянных расходов). Основой послужил перечень комплектующих и их примерная стоимость на площадке Aliexpress (цены указаны на 2017 год): плата Arduino nano (200 руб), датчик измерения атмосферного давления (700 руб), модуль Bluetooth (1500 руб), датчики влажности и температуры (300 руб), блок питания USB(300 руб). Таким образом, запланированные расходы составляли 2700 руб, без учета мелких расходных материалов (провода, резисторы и т.д.). 3D печать корпуса для изделия оценивалась приблизительно в 2000 рублей. Следует отметить, что при официальном приобретении комплектующих в российских магазинах цена возрастала в 3-7 раз.

На родительском собрании была представлена идея проекта. Общая стоимость оказалась чрезмерной, однако один из родителей участников проектной группы согласился финансировать разработку прототипа (без корпуса), при условии передачи изделия в собственность учащегося. Это решение и было взято за основу.

В ходе дальнейшей работы для считывания данных с устройства было разработано приложение для телефонов на операционной системе Андроид. Приложение было создано с помощью онлайн-среды разработки AppInventor

Таким образом, в результате проекта было разработано устройство «Учебная метеостанция» с возможностью вывода температуры, влажности воздуха и давления на экран смартфона. Данный проект существенно обогатил знания учащихся не только в области информатики, физики и географии. Школьники получили представление о жизненном цикле нового предприятия малого бизнеса (стартапа), научились готовить презентации для потенциальных инвесторов, оценивать себестоимость, на собственном опыте постигли разницу между штучным и серийным производством.

Данный пример иллюстрирует возможность и эффективность привлечения родителей как экспертов и инвесторов к проектной деятельности школьников на ранних этапах, когда возникшая идея еще не получила адекватного воплощения в прототипе и использование других источников финансирования затруднено или невозможно.

Список литературы

1. Баранова Ю. Ю. Индивидуализация обучения: возможности и ресурсы в аспекте введения федеральных государственных образовательных стандартов общего образования // Научное обеспечение системы повышения квалификации кадров. 2012. №1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/individualizatsiya-obucheniya-vozmozhnosti-i-resursy-v-aspekte-vvedeniya-federalnyh-gosudarstvennyh-obrazovatelnyh-standartov> (дата обращения: 12.12.2018).
2. Белоусова Т.Н., Мазниченко М.А. Мифы об организации исследовательской и проектной деятельности школьников // Исследователь/Researcher. 2012. №3-4. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/mify-ob-organizatsii-issledovatel'skoy-i-proektnoy-deyatelnosti-shkolnikov> (дата обращения: 12.12.2018).
3. Мокрецова Л.А., Дудышева Е. В., Романова Л. А. Подготовка студентов к инновационной проектной деятельности в условиях регионального информационного образовательного пространства // Наука и школа. 2015. №2. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/podgotovka-studentov-k-innovatsionnoy-proektnoy-deyatelnosti-v-usloviyah-regionalnogo-informatsionnogo-obrazovatel'nogo-prostranstva> (дата обращения: 12.12.2018).

4. Скибина Л. В. Дети - Волге: проектируем будущее // Отечественная и зарубежная педагогика. 2018. №3 (51). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/deti-volge-proektiruem-budushee> (дата обращения: 12.12.2018).

5. Чванова М. С., Малышева Н. В., Киселева И. А. Применение механизмов социального партнерства для реализации кластерного подхода в проектной деятельности студентов и школьников // Социально-экономические явления и процессы. 2011. №1-2. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/primenenie-mehanzimov-sotsialnogo-partnerstva-dlya-realizatsii-klasternogo-podhoda-v-proektnoy-deyatelnosti-studentov-i-shkolnikov> (дата обращения: 12.12.2018).

© Н.А. Журанова, А.Д. Макарова, О.И. Пугач, 2018

УДК 373

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ПРЕПОДАВАНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКИХ РАЗДЕЛОВ ШКОЛЬНОГО КУРСА «ОБЩЕСТВОЗНАНИЕ» НА ОСНОВЕ ПРАКТИКО-ОРИЕНТИРОВАННОГО ПОДХОДА

Ю.В. ЗЕЛЕПУХИН

кандидат технических наук, доцент

О.Ю. ЦЫБИНА

Старший преподаватель

Самарский государственный социально-педагогический университет

г. Самара

В статье обосновывается необходимость использования практико-ориентированного подхода при преподавании экономических разделов школьного курса «Обществознание».

Ключевые слова: практико-ориентированный подход, школьный курс «Обществознание», экономические знания, кейс-метод, информационно-коммуникационные технологии.

Изучение вопросов использования практико-ориентированного подхода к преподаванию экономических разделов школьного курса «Обществознание» актуально, так как данный подход является наиболее перспективным и направлен на выработку у учащихся навыков поведения в хозяйственной жизни. Сегодня остро ощущается потребность государства в подготовке трудоспособного подросткового поколения кадров, востребованных на рынке труда. Именно поэтому возрастает значение школьного экономического образования.

Общеобразовательной школе отводится важная роль в общей системе экономического образования.

В большинстве российских школ изучение экономики происходит в рамках дисциплины «Обществознание». В настоящее время образовательная деятельность по предмету «Обществознание» осуществляется в соответствии с Федеральным государственным стандартом общего образования (ФГОС), то есть совокупностью определенных государством норм и требований, определяющих обязательный минимум содержания основных образовательных программ общего образования, максимальный объем учебной нагрузки обучающихся, уровень подготовки выпускников образовательных учреждений, а также основные требования к обеспечению образовательного процесса [7]. ФГОС устанавливает предметные результаты освоения основной образовательной программы основного общего образования с учётом общих требований Стандарта и специфики изучаемых предметов, входящих в состав предметных областей, должны обеспечивать успешное обучение на следующей ступени общего образования.

Помимо разделов курса «Обществознание», преподавание экономики ведется в рамках факультативных занятий или элективных курсов.

Элективные курсы представляют собой важный компонент вариативной системы образовательного процесса на ступенях основного общего и среднего (полного) общего образования. Организация и проведение элективных курсов способствуют реализации успешного профессионального самоопределения учащихся [2;5].

Выделяют четыре подхода к преподаванию экономических разделов [8]:

- теоретический;
- культурно-функциональный;
- академический;
- практико-ориентированный.

Особенности названных подходов представлены в таблице 1.

В процессе практико-ориентированного обучения возможно формирование практического опыта через выявление причинно-следственных связей; сопоставление и оценку явлений; определение потребности в дальнейшем пополнении предметных знаний.

Таблица 1

Подходы к преподаванию экономических разделов курса «Обществознание»

| Подход | Описание |
|---------------|--------------|
| теоретический | Такой подход |

ления при решении поставленных профессионально-творческих проблем, формирует у будущих специалистов целостное представление о профессиональной деятельности.

Приведем несколько примеров проведения учебных занятий в форме деловой игры:

1. Деловая игра «Мой бизнес-план» (9 класс). Проведение данного учебного занятия направлено на развитие умений принимать решения в различных экономических ситуациях; воспитание умения работать в конкурентной среде.

2. Деловая игра Бизнес-клуб «В мире фирм» (10 класс). В ходе игры формируются коммуникативные способности учащихся; развивается речь и творческое мышление; воспитываются качества менеджера.

3. Деловая игра «Налоговый инспектор» (11 класс). В процессе данного учебного занятия происходит развитие логического мышления; формирование устойчивого интереса к данной профессии.

Еще одной важной составляющей практико-ориентированного подхода в ГБОУ СОШ № 1 «ОЦ» пгт. Стройкерамика является организация выполнения учащимися практических работ.

Эффективность реализации практико-ориентированного подхода для формирования практических навыков была проверена в ходе педагогического эксперимента. Исследование проводилось в процессе формирования умений учащихся 11 класса определять, каким должно быть поведение предпринимателя, менеджера, наемного работника в экономической сфере.

Для оценки эффективности практико-ориентированного подхода был разработан план педагогического эксперимента, включающий три этапа:

1. Констатирующий этап.
2. Формирующий этап.
3. Контрольный этап.

Эксперимент состоял в следующем: учителем при формировании названных ранее умений активно применялась технология практико-ориентированного обучения, а именно:

1. Проведена деловая игра на тему «Создание фирмы».
2. Организовано выполнение учащимися практических задач, связанных с деятельностью предпринимателя, менеджера, наемного работника в экономической сфере.

В проведении эксперимента принимали участие учащиеся одиннадцатых классов ГБОУ СОШ № 1 «ОЦ» пгт. Стройкерамика. Один, контрольный, класс (11-А) занимался в обычном традиционном режиме; во втором, экспериментальном, классе (11-Б) учебный процесс сопровождался методами практико-ориентированного подхода.

Для получения результатов эксперимента было проведено три тестирования - до эксперимента, в середине эксперимента, после эксперимента.

Для организации тестирования обучающимся было предложено решить ряд ситуационных задач. Оценка производилась по пятибалльной системе в соответствии со следующими критериями:

«5» - учащийся обладает знаниями и умениями методики выполнения практических заданий; самостоятельно выполняет практические задания;

«4» - учащийся обладает знаниями и умениями методики выполнения практических заданий; самостоятельно выполняет практические задания, но при этом допуская неточности;

«3» - учащийся обладает удовлетворительными знаниями методики выполнения практических заданий; самостоятельно выполняет практические задания, но при этом допуская ошибки, которые может исправить при коррекции их учителем;

«2» - учащийся не обладает достаточным уровнем знаний методики выполнения практических заданий; не может самостоятельно выполнить практическое задание.

Результаты тестирования приведены в таблицах 2 и 3.

Таблица 2

Результаты тестирования контрольной группы

| Оценка | Число учащихся до эксперимента | Число учащихся в середине эксперимента | Число учащихся в конце эксперимента |
|--------------|--------------------------------|--|-------------------------------------|
| «2» | 8 | 6 | 0 |
| «3» | 8 | 10 | 6 |
| «4» | 7 | 7 | 14 |
| «5» | 1 | 1 | 3 |
| Средний балл | 3 | 3,1 | 3,8 |

Таблица 3

Результаты тестирования экспериментальной группы

| Оценка | Число учащихся до эксперимента | Число учащихся в середине эксперимента | Число учащихся в конце эксперимента |
|--------------|--------------------------------|--|-------------------------------------|
| «2» | 5 | 0 | 0 |
| «3» | 10 | 6 | 5 |
| «4» | 5 | 10 | 8 |
| «5» | 0 | 4 | 7 |
| Средний балл | 3 | 3,9 | 4,1 |

Результаты педагогического эксперимента показали, что учащимся контрольного класса потребовалось больше времени для овладения практическими навыками решения ситуационных задач (см. рисунок).

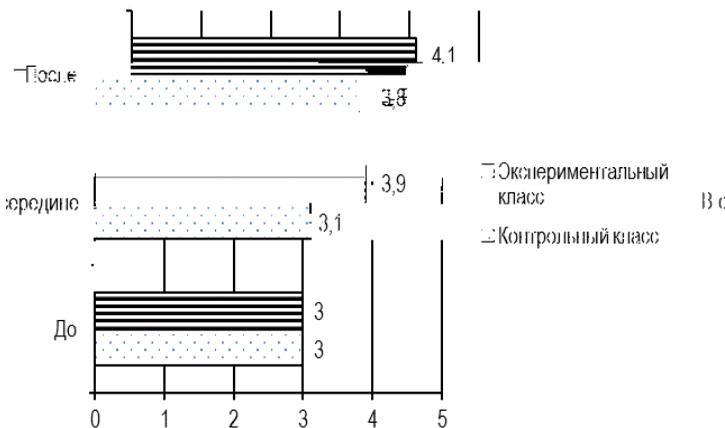


Рис. Результаты эксперимента

Таким образом, были сделаны выводы, что применение практико-ориентированного подхода направлено на повышение эффективности и сокращение сроков овладения практическими навыками. Кроме того, результаты тестирования показывают, что учащиеся экспериментального класса во время проведения занятий с использованием практических методов обучения в большей степени научились контролировать себя, способны применять различные стили поведения и выбирать более оптимальную тактику поведения.

Проблемы

4. Михеева С. А., Скляр М. А., Шереметова В. В. Практикум по экономике: учебное пособие для 10-11 классов общеобразовательных организаций. Углубленный уровень: В 2 кн. Кн.2. - М.: Вита-Пресс, 2016 - 144 с. Режим доступа: http://biblioclub.ru/index.php?page=book_view_red&book_id=469227
 5. Нахаева В.И. Элективные курсы. Что это такое?: учебно-методическое пособие. - М.: Парус, 2013. - 126с.
 6. Пазыркина М. В., Макарова Л. П. Практико-ориентированный и интерактивный подходы в формировании компетентности будущего специалиста безопасности жизнедеятельности // Молодой ученый. - 2014. - №18.1. - С. 72-74.
 7. Федеральный государственный образовательный стандарт среднего (полного) общего образования (утвержден приказом Минобрнауки России от 17 мая 2012 г. № 413)
 8. Шенягин В.П. Основы преподавания экономических дисциплин. - М.: Академия тринитаризма, 2015. - 77с.
- © Ю.В. Зелепухин, О.Ю. Цыбина, 2018

УДК 373

ОСОБЕННОСТИ ЭЛЕКТИВНЫХ КУРСОВ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ НАПРАВЛЕННОСТИ В СТАРШЕЙ ШКОЛЕ

М.А. КАРАБАЕВА

студент

М.А. УСЕНКО

студент

Научный руководитель

Е.Г. Гуреева

кандидат педагогических наук, доцент кафедры управления,
сервисных технологий и экономического образования
Самарский государственный социально-педагогический университет
г. Самара

Статья посвящена исследованию особенностей элективных курсов экономической направленности в старшей школе. Описывается необходимость экономического и финансового воспитания подрастающего поколения не только на уровне теоретических знаний, но и на уровне умений применять знания на практике, чему и способствуют элективные курсы, составляющиеся под запросы обучающихся.

Ключевые слова: образовательная услуга, элективные курсы, запросы обучающихся, экономика, индивидуальные особенности.

Элективные курсы в школе являются важнейшим средством построения индивидуальных образовательных траекторий и нацелены на удовлетворение индивидуальных образовательных интересов, потребностей и склонностей каждого обучающегося. Элективные курсы являются составной частью учебного плана Школы и обязательны для обучающихся профильных 10-11 классов.

Согласно концепции долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2020 года, «Стратегическая цель государственной политики в области образования – повышение доступности качественного образования, соответствующего требованиям инновационного развития экономики, современным потребностям общества и каждого гражданина... Одной из задач в области образования является развитие образования, неразрывно связанного с мировой фундаментальной наукой, ориентированного на формирование творческой социально ответственной личности [1]».

Федеральная целевая программа развития образования на 2016-2020 годы утверждает, что «Целью Программы является обеспечение условий для эффективного развития российского образования, направленного на формирование конкурентоспособного человеческого потенциала [2]». Потребность государства в повышении финансовой грамотности граждан отражена в Стратегии повышения финансовой грамотности в РФ на 2017-2023гг. [3].

Мы наблюдаем, что современная экономическая обстановка в России, обусловленная глобальным экономическим кризисом, актуализирует проблему экономического и финансового воспитания подрастающего поколения. Экономические знания современной молодежи носят сугубо теоретизированный характер, оторванный от реальной действительности, особенно все больше осознается необходимость в формировании экономической грамотности у старшеклассников, тех, кто стоит на пороге самостоятельной жизни и которым в ближайшем будущем предстоит занять активную позицию в обществе. От экономической грамотности выпускников школы и готовности к самореализации в условиях рыночных отношений во многом будет зависеть их успешная адаптация к социально-экономическим условиям общества [4].

Под термином «экономическая грамотность» в нашей работе понимается определенный спектр понятий, информации и знаний из экономической области, а также обладание некоторыми навыками решения практических задач, главным образом в потребительской сфере.

Поэтому исходя из существующих условий и образовательных запросов обучающихся и их родителей, задача общеобразовательной школы состоит в том, чтобы максимально эффективно подготовить выпускника школы к вступлению в реальную экономическую деятельность и экономические отношения. Этому способствует качество образовательных услуг, позволяющее наиболее полно удовлетворить запросы обучающихся.

Элективные курсы экономической направленности в старшей школе призваны решить следующие задачи:

1. Воспитать у учащихся экономическое, сознательное отношение к продуктам труда, материальным ценностям и окружающей природе.
2. Сформировать умение соотносить свои потребности с экономическими возможностями их удовлетворения.
3. Воспитать у учащихся чувство долга, непримиримости к расточительству, бесхозяйственности, умение ценить время, рационально использовать его.
4. Сформировать умение вести поиск наиболее рациональных форм организации своего труда, умение анализировать полученные трудовые результаты; подготовить учащихся к эффективному, качественному труду в любой сфере трудовой деятельности.
5. Воспитать бережливость, экономность, экономическую расчетливость, деловитость, организованность, дисциплинированность, предприимчивость.
6. Воспитать у учащихся высокую экономическую культуру, современное экономическое мышление.

Подчас абстрактная теория, в том числе и предметов экономической направленности, довольно сложна для понимания, поэтому для описания и для конкретизации ведущих экономических понятий и концепций приходится привлекать знания учащихся об аналогичных процессах и явлениях, изучаемых в курсах физики, химии, биологии, географии, истории и других предметов. Также межпредметные связи помогают реализовать личностно-ориентированный подход в обучении и воспитании. При этом учитываются основные принципы современного образовательного процесса (принцип вариативности обучения, принцип интеграции, принцип целостности содержания образования, принцип систематичности, принцип развивающего обучения, принцип самостоятельности и творческой активности учащихся).

Таким образом, прикладная направленность изучения предметов школьного курса стирает границы между предметами и даёт возможность продемонстрировать ученикам целостность окружающего мира и изучаемых предметов, позволяет заинтересовать детей, вызывает более осмысленное, лично значимое восприятие информации, что в итоге приводит к гармоничному и всестороннему развитию личности.

Многие авторы в последние годы стали уделять внимание применению задач с экономическим содержанием для формирования экономической грамотности и воспитания экономической культуры.

Например, в статье Логиновой В.В. отмечается тенденция введения экономического образования в базисные планы средней школы, притом, что отсутствуют учебные пособия по экономике, в которых содержатся математические методы анализа экономических моделей. Подчеркивается важность математического аппарата для более успешного внедрения экономического образования в школьную программу, а также необходимость построения прикладного курса, базирующегося на учебных программах по математике, со специально подобранными дидактическими материалами, имеющими экономическое содержание [5].

В статье Далингера В.А. подчеркивается значение прикладных математических задач с экономическим содержанием как средства профориентации учащихся и приводятся примеры таких задач по различным разделам математики: уравнения и системы линейных уравнений, векторы на плоскости и в пространстве, прямая и плоскость в пространстве, элементы линейного программирования, дифференциальное исчисление, элементы теории вероятностей [6].

Мы предлагаем элективные курсы экономической направленности старшей школы на основе прикладных математических задач с экономическим содержанием, так как экономическая грамотность и экономическое мышление формируются не только при изучении курса экономики, но и на основе других предметов, изучаемых в школе, таких, как история, география, общественное знание. Но математике отводится особая роль в постижении экономической науки. Это связано с тем, что значительная часть экономических процессов и задач поддается моделированию и анализу с помощью математического аппарата.

Важность обучения старшеклассников решению математических задач с экономическим содержанием не вызывает сомнений. Решение таких задач не только подготовит учащихся к сдаче ЕГЭ, но и позволит продемонстрировать практическую значимость математики, обеспечит понимание учащимися сути процессов, происходящих в экономике страны и мира, а также позволит решить одну из задач, стоящих перед образованием на современном этапе его развития - воспитание самостоятельной, конкурентоспособной личности, способной решать различные жизненные задачи. Также следует отметить значимость математических задач с экономическим содержанием для мотивирования школьников на изучение экономических приложений математики, формирования у учащихся интереса к профессиям, связанным с финансово-экономической сферой деятельности.

Предлагаем в качестве примера обратиться к элективному курсу «Решение экономических задач» для 10-11 класса. Данный элективный курс составлен под запрос учащихся «научиться грамотно принимать экономические решения». Для удовлетворения подобного запроса школьникам необходимо научиться рассчитывать экономические показатели, с которыми они столкнутся во взрослой жизни: доход, прибыль, налог, процентные ставки и много другое - это все цифры, и без математики здесь не обойтись. Поэтому математика выступает в качестве предмета, с помощью которого можно выбрать оптимальный вариант действий из всех возможных.

Таким образом, элективный курс «Решение экономических задач» поддерживает изучение не только экономики, но и основного курса математики, направлен на систематизацию знаний, реализацию межпредметных связей, он поможет школьникам научиться грамотно принимать экономические решения, а также определиться с профильной дифференциацией перед поступлением с учреждения профильного образования, в высшее учебное заведение.

Главная функция учителя элективных курсов экономической направленности - организация совместной деятельности с обучающимися, направленной на достижение общей образовательной цели. Учитель - это эксперт и консультант при изучении теоретического материала и выполнении самостоятельных заданий; ведущий в имитационной игре и тренинге; координатор и консультант при выполнении учебного проекта.

Ведущее место в обучении на элективных курсах экономической направленности принадлежит методам поискового и исследовательского характера, стимулирующим познавательную активность обучающихся. Методы и формы обучения определяются требованиями профилизации обучения, учетом индивидуальных и возрастных особенностей обучающихся, задачами развития и социализации личности [7].

Основными приоритетными методиками изучения элективных курсов экономической направленности являются:

- междисциплинарная интеграция;
- обучение на основе опыта и сотрудничества;
- учет индивидуальных особенностей и потребностей обучающихся, различий в стилях познания - индивидуальных способах обработки информации об окружающем мире (аудиальной, визуальной, кинестетической);
- интерактивность (работа в малых группах, ролевые игры, тренинги, метод проектов);
- моделирование элементов профессиональной деятельности.

По окончании изучения элективного курса экономической направленности обучающиеся должны приобрести знания, умения, опыт, необходимые для построения индивидуальной образовательной траектории в школе и успешной профессиональной карьеры по его окончании.

Список литературы

1. Концепция долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2020 года утверждена распоряжением Правительства Российской Федерации от 17 ноября 2008 года № 1662-р (с изменениями на 10 февраля 2017 года)
2. Концепция Федеральной целевой программы развития образования на 2016–2020 годы утверждена распоряжением Правительства Российской Федерации от 29 декабря 2014 г. № 2765-р
3. Стратегия повышения финансовой грамотности в Российской Федерации на 2017–2023гг. утверждена распоряжением Правительства Российской Федерации от 25 сентября 2017 г. № 2039-р
4. Виноградова, Н.Ю. Финансовая грамотность населения Российской Федерации как фактор экономического благосостояния государства [Текст]: статья / Н.Ю. Виноградова. - Актуальные направления научных исследований: перспективы развития: материалы II Междунар. науч.-практ. конф. (Чебоксары, 16 июля 2017 г.) / редкол.: О.Н. Широков [и др.]. - Чебоксары: ЦНС «Интерактив плюс», 2017. - С. 248-249
5. Далингер, В. А. Прикладные математические задачи с экономическим содержанием как средство профориентации учащихся [Электронный ресурс]: статья // Международный журнал экспериментального образования. 2013. №11-1. - Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/prikladnye-matematicheskie-zadachi-ekonomicheskim-soderzhaniiem-kak-sredstvo-proforientatsii-uchaschihsya>
6. Логинова В. В. Использование экономических задач в школьном курсе математики [Текст]: статья / В.В. Логинова. — Наука и
7. Михеева, С.А. Школьное экономическое образование. Методика обучения и воспитания. [Текст]: Учебник для студентов педвузов/С.А. Михеева. - Издательство «Вита-Пресс», 2013 г. - 176 с.

© М.А. Караваева, М.А. Усенко, 2018

ИННОВАЦИОННАЯ ИНФРАСТРУКТУРА ВУЗА: ПРОБЛЕМЫ И ПУТИ РЕШЕНИЯ

В.П. КУЗНЕЦОВА

доктор экономических наук, доцент,
профессор кафедры отраслевой экономики и финансов
«Российский государственный педагогический университет им. А.И. Герцена»
г. Санкт-Петербург

Е.А. ТРОПИНОВА

кандидат экономических наук,
доцент кафедры политического управления
«Санкт-Петербургский государственный университет»
г. Санкт-Петербург

В статье рассмотрены основные проблемы развития инновационной инфраструктуры высшего учебного заведения. Предложен механизм совершенствования инновационной инфраструктуры вуза, который обеспечит постепенный переход к производству открытых инноваций, координацию и взаимодействие субъектов инновационного процесса, функционирующих в инновационном кластере Санкт-Петербурга и России.

Ключевые слова: инновационная инфраструктура, платформы-посредники, инновационные услуги.

Одним из направлений развития университета является инновационная деятельность. В развитии инновационной деятельности важная роль принадлежит инфраструктуре. Анализ зарубежной и отечественной литературы, проведение исследований на базе РГПУ им.А.И.Герцена и ЮФУ, позволили обратить внимание на то, что существенной проблемой развития инновационной инфраструктуры является несоответствие её конфигурации потребностям нового этапа инновационного процесса, особенностям конкурентной борьбы инновационных продуктов.

Большинство отечественных вузов сегодня осознают необходимость разработки собственной стратегии построения инновационной инфраструктуры вуза, которая будет обеспечивать высокую эффективность развития инновационного потенциала вуза.

Мы уже видим, что инновационная инфраструктура становится ресурсом развития научно-образовательного и инновационного потенциала университета.[1]

Новым этапом инновационной деятельности университетов сегодня становится переход от закрытых инноваций к открытым, создаваемым и используемым не только внутри вуза.

При переходе к открытым инновациям, на наш взгляд, необходимо провести определенные организационно-экономические изменения в инновационной инфраструктуре вуза. Прежде всего, необходимо создать коммуникативное пространство для обмена заявками, инновационными бизнес-планами, прототипами и моделями будущих инноваций, и самими инновационными продуктами. Эффективными здесь могут стать онлайн-платформы:

1) платформы-посредники (предполагают конкурентную борьбу идей с последующим выбором заказчиком наиболее жизнеспособной);

2) творческие платформы (обеспечивают доступ заказчику к интеллектуальному продукту за вознаграждение);

3) корпоративные платформы (обеспечивают координацию инновационных идей внутри организации, которые она позиционирует в открытом пространстве, способствует развитию творческой кооперации внутри организации);

4) инновационные услуги (работа с индивидуальным фундаментом инновационного продукта с целью его совершенствования посредством коллективной доработки и продвижения);

5) платформы для предпринимателей (представляет собой коллекцию инновационных идей для внешних клиентов, которые ищут решение своих проблем или интересные проекты), модификацией данного вида платформы является платформа для фрилансеров или общественная платформа (ориентированная на государственный сектор[2].

Переход к политике открытых инноваций требует от университетов реализации кооперативной стратегии, которая предполагает более тесное взаимодействие с другими участниками инновационного процесса, как в рамках образовательных кластеров, так и в рамках инновационной системы региона и страны. Университет получает определенные преимущества от кооперации в инновационном процессе. Прежде всего, совместное финансирование расходов на исследования и разработки; снижение неопределенности; экономия за счет эффекта масштаба; доступ к взаимодополняющим ресурсам и знаниям; технологическое обучение. К положительным эффектам от кооперации в инновационном процессе можно отнести: повышение организационной компетентности (уровень инновационных расходов) в развитии новых инновационных продуктов и процессов; расширение научно-технологических мощностей вуза (уровень инновационного выпуска), что обеспечивает успешность внедрения инноваций.

Т.е. основными механизмами совершенствования инновационной инфраструктуры вуза с учетом современного этапа перехода от закрытых инноваций к открытым должны стать:

- модификация принципов учета инноваций с учетом текущих возможностей и новаторских перспектив, систематизация учета;
- увеличение степени интеграции инновационной системы вуза в региональные и национальные инновационные эко-системы с целью развития коммуникаций с контрагентами и повышения устойчивости в позиционировании на рынках инноваций;
- усиление клиентоориентированного подхода в планировании и производстве инноваций, переход к маркетинговому планированию и управлению всем инновационным процессом, а не его завершающими стадиями;
- эффективная кадровая стратегия, предполагающая сочетание опытных профессионалов старших возрастных групп с молодыми инноваторами;
- приоритет долгосрочного стратегического планирования над краткосрочным ситуационным реагированием.

Все это позволит повысить отдачу от каждого вложенного ресурса, минимизировать затраты, обеспечить организационную устойчивость вуза, повысить конкурентоспособность университета, укрепить позиции на рынке инновационных продуктов, занять лидерские позиции на рынке образовательных услуг.

Таким образом, необходимо провести трансформацию инновационной инфраструктуры вуза для интегрированности в инновационное пространство не только региона, но и страны, а это, в свою очередь, обеспечит постепенный переход к производству открытых инноваций, координацию и взаимодействие субъектов инновационного процесса, функционирующих в инновационном кластере Санкт-Петербурга и России.

Список литературы

1. P.Sloane. Guide to Open Innovation and Crowdsourcing: Advice From Leading Experts, 2012
2. R.Goldman, R.P.Gabriel. Innovation Happens Elsewhere: Open Source as Business Strategy, 2011.

© В.П. Кузнецова, Е.А. Тропинова, 2018

УДК 37.01

**К ВОПРОСУ О ФОРМИРОВАНИИ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ГРАМОТНОСТИ
НАСЕЛЕНИЯ КАК НЕОБХОДИМОГО ФАКТОРА РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ**

Е.А. МАЗНАЯ

кандидат экономических наук, доцент кафедры экономики
Самарский государственный социально-педагогический университет
г. Самара

В статье рассмотрена необходимость формирования экономической грамотности населения для решения проблем, связанных с повышением благосостояния граждан и достижением устойчивости социально-экономического развития. Говорится о соотношении понятий «финансовая грамотность» и «экономическая грамотность», «экономическая культура». Приводится опыт Самарского государственного социально-педагогического университета в повышении экономической грамотности студентов.

Ключевые слова: экономическая грамотность, финансовая грамотность, экономическая культура.

Развитие экономики - настоятельная задача любого государства, которая подразумевает достижение устойчивого экономического роста, увеличение эффективности системы хозяйствования, повышение уровня жизни населения страны. Решение этой задачи зависит от множества условий и факторов: институциональных, структурных, особенностей функционирования субъектов экономики, международных экономических отношений и пр. Так, Д.А. Медведев, рассуждая о новой модели экономического роста в России, говорит о необходимости создания такого делового климата в стране, который способствовал бы поощрению предпринимательской инициативы, увеличению притока инвестиций в экономику, государственных и частных, внутренних и внешних. [2]

Очевидно, что проблема привлечения инвестиций со стороны населения сводится к процессу увеличения сбережений и, главное, трансформации их в инвестиции. Предпринимательская инициатива, сберегательные и инвестиционные стратегии граждан прямым образом зависят, во-первых, от созданных в стране условий, во-вторых, от экономически грамотного поведения самого населения.

Человек является ключевой фигурой в экономической системе, которая, с одной стороны, служит для удовлетворения потребностей человека, а с другой, зависит от человека, его способностей, умений, специфики поведения. В связи с этим, бесспорным является утверждение, что чем выше уровень экономической грамотности населения, тем выше эффективность человека как экономического субъекта, и, следовательно, является больше возможностей для решения социально-экономических проблем.

Вопросам повышения экономической грамотности населения в последнее время уделяется пристальное внимание. На государственном уровне разработана и утверждена в 2017 г. «Стратегия повышения финансовой грамотности в РФ на 2017-2023 гг.». [3]

Под финансовой (экономической) грамотностью понимается сформированные в процессе образовательной деятельности знания о существующих финансовых инструментах, продуктах и услугах, умения и навыки, которые человек применяет для принятия правильных финансовых решений (оценивая возможные альтернативы и риски), способствующих повышению его финансового благосостояния. В Стратегии выделяются такие аспекты финансово грамотного поведения, как планирование семейного бюджета, формирование долгосрочных сбережений и использование их в качестве инвестиций, рациональное кредитное, страховое поведение (в том числе подготовка к пенсии), способность распознавать признаки финансового мошенничества и умение отстаивать свои права. В рамках Стратегии предусмотрен ряд мероприятий по формированию и повышению финансовой грамотности, в частности распространение информационных материалов (брошюр, буклетов, книг), организация тренингов, семинаров, мастер-классов, создание и функционирование различных кол

связывают только с коррупцией чиновников, при этом практически нет понимания того, как устроена пенсионная система.

В связи с этим на занятиях экономики особое внимание уделяется разделам, связанным с вопросами налогообложения, устройства денежно-кредитной системы, страхованием, семейным бюджетом.

Автором статьи был проведен опрос студентов (322 человека), обучающихся по неэкономическим направлениям, в итоге которого были получены следующие результаты.

95% опрошенных осознают, что экономическая грамотность населения является необходимым элементом успешного социально-экономического развития страны. 67% студентов оценивают уровень своей экономической грамотности как удовлетворительный и неудовлетворительный, 81% в разных жизненных ситуациях периодически испытывают нехватку экономических знаний и умений. На вопрос о желании повысить свой уровень грамотности более 82% участников опроса ответили согласием, но при условии бесплатного предоставления этой услуги. Предлагалось также определить наиболее интересные сферы практических знаний и умений в области экономики (можно было давать несколько вариантов ответов): более чем 88% студентов интересуют сбережения и их выгодное инвестирование, примерно 61% хотели бы знать, как организовать свой бизнес и как стать успешным предпринимателем, вопросы распределения семейного бюджета хотят изучать 56% студентов, также 56% опрошенных отметили защиту прав потребителя, 49% интересуются вопросами налогообложения, 31% выбрали страхование, 27% - кредитование.

Полученные результаты можно рассматривать основными направлениями для дальнейшей корректировки и совершенствования рабочей программы дисциплины «Основы экономики» для студентов неэкономических направлений и профилей.

В заключении хочется вернуться к тому, что такое «экономическая грамотность». В большинстве работ, посвященных этому вопросу, речь идет прежде всего о финансовой грамотности населения. Зачастую понятия «экономическая грамотность» и «финансовая грамотность» употребляются как синонимы. Однако понятие «экономика» является более широким нежели «финансы». Финансы и финансовые отношения - это хоть и значительная, но только часть экономики и экономических отношений в обществе. Финансовая грамотность предполагает формирование по большей части практических умений людей распоряжаться своими финансовыми ресурсами. На наш взгляд, такой подход является несколько узким. Для успешного развития общества необходимо, чтобы у всех его граждан была сформирована целостная система взглядов об устройстве и развитии мира, общества, его отдельных структур, сформировано мировоззрение, включающее и взаимоувязывающее основы всех научных сфер - социальных, гуманитарных, естественно-научных, философских. Важное значение в этой системе имеет и экономическая сфера: устройство экономики, особенности экономических отношений, место и роль каждого субъекта в экономике, экономические законы и закономерности, специфика национальной экономики - все это необходимо для формирования мировоззрения любого гражданина. Экономическая грамотность включает в себя и экономическую культуру, которая в свою очередь должна закладываться с самого детства как базовые личностные ценности: отношение к труду, результатам труда, ресурсам, потребностям, собственности, деньгам и пр. На наш взгляд, уже в начальных классах необходимо вводить предмет «Экономическая культура», на котором детям будут прививаться основы грамотного поведения в качестве участника хозяйства сначала на уровне семьи, затем фирмы, и наконец, осознание себя как члена хозяйства страны в целом. Каждый человек должен понимать свою роль в обществе, экономике, понимать, что от каждого гражданина, от его поведения, от его ответственности зависит состояние общества, социально-экономическое развитие и благосостояние страны в целом.

Список литературы

1. Итоги Всероссийского экономического диктанта - 2018 [Электронный ресурс]. - Режим доступа: URL: <https://diktant.org>.
2. Медведев, Д.А. Социально-экономическое развитие России: обретение новой динамики / Д.А. Медведев // Вопросы экономики. - 2016. - №10 - С.5-30.
3. Стратегия повышения финансовой грамотности в РФ на 2017-2023 гг. (утверждена распоряжением Правительства Российской Федерации от 25 сентября 2017 г. № 2039-р) [Электронный ресурс]. - Режим доступа: URL: <http://static.government.ru/media/files/uQzDLRrkPLAdEVdaBsq505szCcl4PA.pdf>.

© **Е.А. Мазная, 2018**

УДК 37.013

**ОРГАНИЗАЦИОННАЯ КУЛЬТУРА И ЕЁ ВЛИЯНИЕ
НА ЭФФЕКТИВНОСТЬ РАБОТЫ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ**

А.С. МАКАРОВ

кандидат педагогических наук, доцент
Самарский государственный социально-педагогический университет,
МБОУ Школа №171 г.о. Самара
г. Самара

В статье рассматриваются современные подходы к диагностике и управлению организационной культурой организаций, анализируется специфика организационной культуры образовательных организаций, её учёт при разработке программы изменений организационной культуры, представлены результаты эмпирического исследования некоторых аспектов организационной культуры работников дошкольных образовательных учреждений и школ, осуществлённого путём опроса и анкетирования слушателей программы профессиональной переподготовки.

Ключевые слова: организационная культура школы, диагностика организационной культуры, управление организационной культурой, механизмы изменения организационной культуры, кадровый менеджмент.

Вопросы, связанные с диагностикой и формированием организационной культуры, достаточно часто обсуждаются в теории и практике менеджмента, так как организационная культура рассматривается как одно из определяющих конкурентных преимуществ организации. Руководство образовательных учреждений во многих случаях обращает все большее внимание на необходимость изменения действующей культуры, что позволит положительно влиять как на персонал, так и на контингент обучаемых, а в итоге - повысить качество образовательного процесса и популярность учебного заведения. В случаях грамотного менеджмента программа изменений обязательно учитывает составляющие, уровни и типологию организационных культур и начинается с диагностики действующей организационной культуры образовательного учреждения.

Организационная культура представляет собой систему ценностей, идей, обычаев, распространённых в организации, которые взаимодействуют с формальной структурой, формируют нормы поведения. Организационная культура призвана осуществлять некоторое регулирование поведения людей в организации не мерами принуждения и контроля, а характером, порядком, укладом жизнедеятельности. Она объединяет материальные, объективно наблюдаемые составляющие организационной жизни (сотрудники, дизайн и др.), некоторые субъективные составляющие организационной жизни (ценности, нормы, традиции, мнения, надежды и др.), а также проявления этих объективных и субъективных составляющих через их приня-

тие/непринятие персоналом в характере межличностных отношений и эмоциональных состояний (социально-психологический климат) [1, с. 160].

К основным элементам организационной культуры относят:

- миссию организации;
- ценности (ценности-цели, ценности-средства, ценности-ориентации, ценности-знание, опыт сотрудников);
- поведение и коммуникации (нормы, стандарты, правила, кодексы, этика и этикет бизнеса, организационный климат, имидж);
- культуру труда (условия труда, средства труда, социальное партнерство, социальная ответственность, инновации);
- символы (девизы, лозунги, логотипы, бренды, мифы, герои, ритуалы, традиции, легенды).
- цели (философия компании, деловое кредо).

Э. Шейн предложил рассматривать организационную культуру на трех уровнях [4]:

1. Артефакты - наблюдаемые явления культуры (материальное окружение, язык, стиль одежды, манеры, мифы, истории, ритуалы, церемонии).
2. Провозглашаемые ценности - ядро организационной культуры (стратегия, философия организации).
3. Базовые коллективные представления - сущность организационной культуры.

Наряду с уровнями и элементами исследователи обозначают различные типы организационной культуры (клановую, бюрократическую, адхократическую и рыночную культуру, культуру власти, ролевую культуру, культуру задачи, культуру личности, культуру высокого риска и быстрой обратной связи, культуру низкого риска и быстрой обратной связи, культуру высокого риска и медленной обратной связи, культуру низкого риска и медленной обратной связи и т.д.).

В реальной ситуации типы организационных культур переплетены, можно отметить лишь какой тип доминирует в организации.

Управление организационной культурой предполагает согласование потребностей внешней среды организации с деталями жизни организации. Процесс формирования культуры компании может быть представлен в виде следующей последовательности шагов:

1. Руководитель выдвигают идею о создании нового предприятия, являясь носителем ценностей будущей компании.
2. Руководитель привлекает к реализации своего замысла одного или нескольких людей и формирует ядро единомышленников, обладающих такими же целями и видением ситуации или разделяющих их.
3. Происходит формирование первичной организационной культуры через восприятие требований рынка, представления о ценностях персонала и основателя, осознание своего предназначения в обществе.
4. Происходит формирование базовых ценностей организационной культуры, которые проявляются в создании миссии и философии, целей, норм поведения, имиджа, репутации, символики организации и др.

5. Разработанные базовые ценности оказывают влияние на качество трудовой жизни, удовлетворенность трудом, результативность труда, что в свою очередь влияет на силу и стабильность существования организации.

В новых экономических условиях в образовательных учреждениях Российской Федерации первые элементы разнообразия организационной культуры появляются в 90-е гг. В гимназиях, лицеях, школах с углубленным изучением отдельных дисциплин

руководство стремилось создать свои стандарты для сотрудников и учащихся, отличающие их от других образовательных учреждений и подчеркивающие их статус. С развитием новых информационных технологий возможности образовательных учреждений расширились - в настоящее время у школ, лицеев, гимназий, колледжей, техникумов, академий, университетов есть свои сайты, на которых можно выделить некоторые элементы организационной культуры (миссия, ценности, лозунги и т.д.).

В большинстве случаев руководителю приходится работать с уже сложившейся организационной культурой образовательного учреждения, постепенно изменяя её. Разработка мероприятий, направленных на формирование и закрепление желательных ценностей, всегда начинается с изучения существующей организационной культуры и доминирующих в ней ценностей. Арсенал средств изучения организационной культуры достаточно разнообразен: анкетирование и интервьюирование, социометрия, тестирование, изучение устного фольклора, визуализация.

Наиболее распространёнными методами диагностики организационной культуры являются анкетирование и интервьюирование. При этом вопросы, предъявляемые участникам анкетирования, касаются особенностей функций руководства и их реализации в организации, оснований власти, неформальных отношений, ценностей, особенностей организационной структуры и т.д.

Как правило, результаты анкетирования показывают авторитарную или бюрократическую организационную культуру образовательных учреждений в качестве доминирующего типа или равное их соотношение:

- формальные безличные коммуникации в письменной форме,
- мотивация, основанная на личных оценках или повышении статуса,
- доминирование и подавление сопротивления или поддержание порядка как основные ценности,
- должностная позиция и способность поддерживать дисциплину и порядок как основания власти;
- поощрения, основанные на следовании правилам и процедурам.

Однако в последнее время в число распространенных типов организационной культуры образовательных учреждений попадают рыночная культура и организационная культура, ориентированная на задачу. Это связано и с тем, как используют возможности образовательных учреждений в новых условиях их руководители.

В настоящее время образовательные учреждения получили большую самостоятельность, которая проявилась в передаче им части основных полномочий с верхних уровней управления: право осуществлять выбор типа профессионального образовательного учреждения, специализации образования с учетом спроса и предложения на образовательные услуги, отбор и формирование нового содержания образования, внедрение многоуровневой системы профессионального образования, формирование новых организационных структур и механизмов управления.

Федеральный закон «Об автономных учреждениях» от 3 ноября 2006 г. № 174-ФЗ ввел понятие автономного учреждения. В связи с принятием этого закона в Гражданский кодекс были внесены соответствующие изменения. В частности, произошла классификация государственных и муниципальных учреждений на бюджетные и автономные.

Автономное учреждение - некоммерческая организация, созданная Российской Федерацией, субъектом Федерации или муниципальным образованием для выполнения работ, оказания услуг в целях осуществления полномочий органов власти, полномочий

органов местного самоуправления в сферах науки, образования, здравоохранения, культуры, социальной защиты, занятости населения.

Автономные учреждения имеют наибольшую финансовую свободу как в зарабатывании денег, так и в распоряжении заработанным. На них не распространяется закон о конкурсах при проведении госзакупок, к ним может применяться упрощенная схема налогообложения. Автономия позволяет учреждениям среднего профессионального образования не только экономить средства, но и зарабатывать их, создавая предприятия.

Именно создание автономных предприятий при образовательных учреждениях среднего профессионального или высшего профессионального образования является одной из причин ориентированности организационной культуры на задачу. Часто эта ориентация сопровождается реструктуризацией образовательных учреждений - в структуре появляется заместитель директора по инновациям, заместитель директора по взаимодействию с рынком, что в целом благоприятно влияет на развитие образовательного учреждения.

Список литературы

1. Захарова Л.Н. Психология управления. - М.: Университетская книга, Логос, 2009. - 376 с.
2. Земскова Л.Г. Модуль 10 «Правовое регулирование имущественных и административных отношений с участием образовательного учреждения». Модульная программа «Управление образовательным учреждением в условиях изменений» / Л.Г. Земскова - Самара: СИПКРО, 2009. - 39 с.
3. Карапина И.А. Сущность и роль организационной культуры в менеджменте современной фирмы // Вестник Поволжской государственной социально-гуманитарной академии: Факультет управления. Выпуск шестой. 2012. С. 147-152.
4. Макаров А.С., Гуреева Е.Г. Специфика управления организационной культурой образовательной организации и ее учет при разработке программы организационных изменений // Вестник Волжского университета имени В.Н.Татищева, №2, том 2, 2016 - 256 с. С.137-143.
5. Шейн Э. Организационная культура и лидерство. - СПб: Питер, 202. - 336 с.

© А.С. Макаров, 2018

УДК 37.01

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ SMART-ТЕХНОЛОГИЙ В ОБРАЗОВАТЕЛЬНОМ ПРОЦЕССЕ

Б.М. НУРЛАНОВА

магистр техники и технологии, старший преподаватель

Сауле Комек кызы ЖУМАГУЛОВА

магистр технических наук, старший преподаватель

Карагандинский государственный университет им. академика Е.А. Букетова

г. Караганда, Казахстан

Г.Б. АБИЛДАЕВА

магистр техники и технологии, старший преподаватель

Ю.К. ШАКИРОВА

магистр техники и технологии, старший преподаватель

Карагандинский государственный технический университет

г. Караганда, Казахстан

Основными задачами исследования было исследование SMART технологий в процессе обучения и перспективы их использования. В статье рассматриваются основные характеристики SMART

образования, исследованы интеллектуальные SMART технологии в образовании, а также представленные им возможности.

Ключевые слова: информационные технологии, электронные источники, образовательные программы, учебный процесс.

Двадцать первый век является веком, где информационные технологии становятся обязательной частью жизненного пространства общества. На сегодняшний день можно уверенно констатировать факт существования нового цифрового поколения людей, для которых Интернет, компьютер и мобильный телефон являются такими же элементами их жизни, как общество и природа. Для того, чтобы развивалось современное образование, недостаточно влияния человеческого капитала. Требуется поменять саму образовательную среду, должно качественно измениться само содержание образования, его среды, инструменты и методы, есть потребность во всеобщем переходе к SMART образованию [1].

Перед университетами SMART общество ставит новую глобальную задачу - подготовку кадров, которые обладают креативным потенциалом, умеют думать и работать в новом мире. В этой цели их необходимо учить новым практическим навыкам: работать с электронными источниками, коммуницировать в соцсетях, отбирать полезную информацию, составлять личные базы знаний. Все это требует изменений природ образовательного процесса.

SMART университет подразумевает:

- гибкость обучения в интерактивной образовательной среде;
- адаптацию и персонализацию обучения;
- свободный доступ к контенту повсемірно.

Для осуществления SMART обучения используются технологические инновации и Интернет, благодаря которому студенты могут приобретать профессиональные компетенций на базе системного многомерного видения и изучения дисциплин, учитывая их многоаспектность и непрерывное обновление содержания. Для того, чтобы соответствовать происходящим изменениям и удовлетворять растущим запросам студентов, SMART университеты должны соответствовать ряду требований: приспособляемость, гибкость, инновации, качественные показатели. Основные характеристики SMART образования представлены на рисунке.

Smart технологии применяются при выполнении образовательных программ, заключаемых не только в инструментальных технологиях ведения учебного процесса, а также в инновационных учебных планах и дисциплинах [2].

Важно отметить, что для успешной реализации SMART образования в вузе научно-педагогические сотрудники должны строго соблюдать имеющиеся интеллектуальные технологии его внедрения, которые необходимо выполнять с учетом личных предпочтений и требований обучающегося. В этой цели требуется: использовать индивидуальный график обучения, поддерживать регулярный контакт преподавателя со студентом, добиваться прочного усвоения знаний, использовать удобное место и время обучения.

Интеллектуальные SMART технологии в образовании содержат:

1. образовательные сети;
2. Smart e-learning;
3. качество электронного обучения;
4. быстрый старт.



Рис. Основные характеристики SMART образования

Смарт среда для обучающихся: междисциплинарные, умные, направленные на них образовательные системы непрерывного образования (школа, высшее учебное заведение, корпоративное обучение):

- адаптивные портфолио, образовательные программы;
- технологии совместного обучения;
- территориально и аппаратно независимый доступ к процессу обучения;
- передача множества рутинных функций от человека ЭВМ;
- индивидуализация обучения на новом уровне;
- вовлечение в учебный процесс практиков.

Итак, SMART образование дает возможность расширить возможности развития личности при решении данных задач в ситуациях меняющегося мира. Именно SMART образование формирует творческий потенциал будущего специалиста, который весьма важен в современных условиях.

Список литературы

1. Гуманитарные аспекты образования, творчества и свободы личности: Сборник статей / М.Е. Кудрявцева. - М.: Директ-Медиа, 2014.
2. Завражин А.В. SMART как 3 ключевое направления научно-технического процесса/ Монография. М.: МЭСИ, 2015. Тихомиров В.П. Мир на пути. 4 Smart education. Новые возможности для развития // Открытое образование. Научно-практический журнал. Специальный выпуск - «Смарт-технологии в образовании». - 2011.

© **Б.М. Нурланова, Сауле Комек кызы Жумагулова,
Г.Б. Абилдаева, Ю.К. Шакирова, 2018**

УДК 338.46

**ОБ ОЦЕНКЕ КАЧЕСТВА ЭЛЕКТРОННЫХ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ РЕСУРСОВ**

Б.М. НУРЛАНОВА

магистр техники и технологии, старший преподаватель

Сауле Комеккызы Жумагулова

магистр технических наук, старший преподаватель

Карагандинский государственный университет им. академика Е.А. Букетова

г. Караганда, Казахстан

А.А. АСКАРОВА

учитель начальных классов

КГУ СОШ № 54

г. Караганда, Казахстан

Основными задачами исследования были анализ полученных данных, синтез, экспертная оценка. В статье рассматривается исследование тенденции применения информационных ресурсов в обучении и воспитании студентов, предложена функциональная модель познания студентами информационных ресурсов в их профессиональной деятельности.

Ключевые слова: электронные образовательные ресурсы, экспертная оценка, удовлетворенность потребителей, функциональная модель познания, социальный опрос.

На современном этапе развития Республики Казахстан огромное значение придается подготовке специалистов инновационного профиля, включающий целый спектр направлений: нормативно-правовые особенности в сфере информационно-телекоммуникационных образовательных ресурсов (ИТОР), методологические основы подготовки специалистов в условиях оптимального обеспечения ИТОР в вузе. Одной из важнейших задач образования, которые решаются с помощью информационно-коммуникационных технологий (ИКТ), является проблема оснащения соответствующего уровня качества обучения.

В работе проводились следующие методы научного исследования: эмпирические методы; теоретический метод; метод научного предвидения; интерактивный метод; метод психологического воздействия; специфические методы; частные методы.

Любой метод исследования не может быть универсальным, любой из них эффективен при правильном применении.

Основными задачами исследования были анализ полученных данных, синтез, экспертная оценка. Исследовались тенденции применения информационных ресурсов в обучении и воспитании студентов. С профессорско-преподавательским составом (ППС), специалистами и студентами проводились беседы, обработка и интерпретация полученных результатов, их обобщение и обсуждение.

В нашем исследовании анкета стала главным средством опроса и играла роль социологического документа, содержащего структурно-организованный набор вопросов, каждый из которых связан с задачами проводимого опроса. Эта связь выражалась в необходимости получения информации, отражающей характеристики изучаемого объекта.

Анкеты были разработаны для анонимного опроса студентов всех курсов, чтобы оценить удовлетворенность потребителей качеством информационно-телекоммуникационных образовательных технологий (ИТОТ).

Для определения оценки удовлетворенности потребителей нами разработана система оценивания, содержащая метод оценки и соответствующую анкету. Оценка качества ИТОТ определялась на основе обработки результатов анкетирования. Предложенный метод оценки качества ИТОТ позволил получить полную информацию для последующего анализа [1].

Метод оценки результатов анкетирования в нашем исследовании обеспечивал:

1. Обработку и формализацию полученной информации по результатам анкетирования.

2. Применение методов статистического анализа для оценки результатов.

3. Подведение итогов, обоснование выводов и разработка рекомендаций.

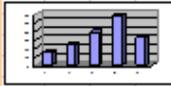
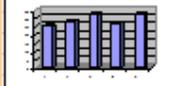
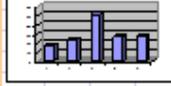
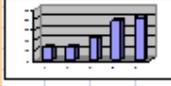
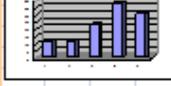
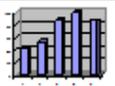
Основными вопросами анкет были: изучение проблем эффективного использования Интернет ресурсов в обучающем процессе студентов университета (табл. 1); оценка удовлетворенности студентов качеством ИТОТ в учебном процессе (табл. 2).

Таблица 1

Проблемы эффективного использования Интернет ресурсов в обучающем процессе студентов университета

| В ячейки, заштрихованные серым цветом, необходимо ввести свои данные | Всего | | Гистограммы ответов | |
|--|-------|-----|---------------------|--|
| Количество участвовавших в анкетировании: | 188 | | | |
| 1) В процессе подготовки к занятиям Вы используете Интернет-сайты образовательного профиля? | | | | |
| 1) Постоянно | 27 | 14 | | |
| 2) От случая к случаю | 19 | 10 | | |
| 3) Не пользуюсь | 51 | 27 | | |
| 2) В процессе подготовки к занятиям Вы пользуетесь услугами Медиатеки нашего университета? | | | | |
| 1) Постоянно | 11 | 6 | | |
| 2) От случая к случаю | 18 | 10 | | |
| 3) Не пользуюсь | 43 | 23 | | |
| 3) Проходят ли занятия в компьютерных классах с использованием специализированных программ? | | | | |
| 1) Постоянно | 78 | 41 | | |
| 2) От случая к случаю | 51 | 27 | | |
| 3) Не пользуюсь | 34 | 18 | | |
| 4) Считаете ли Вы, что обучение информационным технологиям соответствует Вашим желаниям? | | | | |
| 1) Постоянно | 13 | 7 | | |
| 2) От случая к случаю | 21 | 11 | | |
| 3) Не пользуюсь | 26 | 14 | | |
| 5) Удовлетворяет ли Вас материально-техническое оснащение вуза, чтобы повысить свой уровень знаний в информационных технологиях? | | | | |
| 1) Постоянно | 10 | 5 | | |
| 2) От случая к случаю | 10 | 5 | | |
| 3) Не пользуюсь | 34 | 18 | | |
| Итого | | | | |
| 1) Постоянно | 188 | 139 | 74 | |
| 2) От случая к случаю | 188 | 119 | 63 | |
| 3) Не пользуюсь | 188 | 188 | 100 | |

Оценка удовлетворенности студентов качеством ИТОТ в учебном процессе

| В ячейки, заштрихованные серым цветом, необходимо вносить свои данные | | Всего | Гистограммы ответов | |
|--|-----------------------|-------|---------------------|--|
| Количество участвовавших в анкетировании: | | 188 | | |
| 1) В какой мере Ваши информационные потребности удовлетворяют данные источники изучаемой информации и каналы ее поступления? | | | | |
| | 1) Да, в полной мере | 15 | 8 |  |
| | 2) Скорее да, чем нет | 24 | 13 | |
| | 3) Не могу сказать | 38 | 20 | |
| | 4) Скорее нет, чем да | 58 | 31 | |
| | 5) Нет | 32 | 17 | |
| 2) Использование информационных технологий и ресурсов существенно повышает эффективность учебного процесса? | | | | |
| | 1) Да, в полной мере | 25 | 13 |  |
| | 2) Скорее да, чем нет | 28 | 15 | |
| | 3) Не могу сказать | 32 | 17 | |
| | 4) Скорее нет, чем да | 27 | 14 | |
| | 5) Нет | 32 | 17 | |
| 3) Отвечает ли Вашим потребностям уровень компьютеров и другой оргтехники (на факультете, кафедре)? | | | | |
| | 1) Да, в полной мере | 17 | 9 |  |
| | 2) Скорее да, чем нет | 23 | 12 | |
| | 3) Не могу сказать | 51 | 27 | |
| | 4) Скорее нет, чем да | 27 | 14 | |
| | 5) Нет | 27 | 14 | |
| 4) В какой мере удовлетворяют Ваши потребности возможности локальной сети университета? | | | | |
| | 1) Да, в полной мере | 12 | 6 |  |
| | 2) Скорее да, чем нет | 12 | 6 | |
| | 3) Не могу сказать | 21 | 11 | |
| | 4) Скорее нет, чем да | 38 | 20 | |
| | 5) Нет | 41 | 22 | |
| 5) В какой мере оцениваете свои навыки работы с современными информационными технологиями и ресурсами? | | | | |
| | 1) Да, в полной мере | 12 | 6 |  |
| | 2) Скорее да, чем нет | 12 | 6 | |
| | 3) Не могу сказать | 23 | 12 | |
| | 4) Скорее нет, чем да | 38 | 20 | |
| | 5) Нет | 31 | 16 | |
| Итого | | | | |
| | 1) Да, в полной мере | 188 | 81 | 43 |
| | 2) Скорее да, чем нет | 188 | 99 | 53 |
| | 3) Не могу сказать | 188 | 163 | 88 |
| | 4) Скорее нет, чем да | 188 | 188 | 100 |
| | 5) Нет | 188 | 163 | 87 |
| | | | |  |

Методы оценки результатов анкетирования студентов способствовали повышению качества подготовки как преподавателей (за счет анализа уровня компетентности), так и студентов (за счет анализа удовлетворенности качеством).

Экспериментальная работа по формированию удовлетворенности потребителей проводилась в условиях учебного процесса вуза, а система мероприятий, определенных нами, являлась дополнительным фактором повышающим эффективность этого процесса.

Констатирующий эксперимент провели путем анкетирования. Результаты этого эксперимента показали степень удовлетворенности потребителей качеством ИКТ.

Таким образом, анализ итоговых данных формирующего эксперимента показывает, что в результате внедрения в учебный процесс электронных образовательных ресурсов (ЭОР) удовлетворенность потребителей качеством ИКТ будет высокой.

В результате сделанной работы хочется предложить следующие наиболее значительные решения этих проблем. Во-первых, нужно содействие и стимулирование на уровне государства организаций и вузов, которые занимаются разработкой и осуществ-

лением информационно-телекоммуникационных технологий в образовании. Во-вторых, разработка ЭОР должна воплощаться в жизнь на основе требований к технологически организованному процессу обучения.

Познание студентами информационных ресурсов в их профессиональной деятельности заключается, в использовании информационных технологии в профессиональной подготовке.

При моделировании функциональной модели познания студентами информационных ресурсов в их профессиональной подготовке мы исходили из того, что модель должна отражать:

- требования, которые предъявляются обществом к качеству профессиональной подготовки будущих специалистов образования;
- формирование готовности студентов использованию информационных ресурсов в профессиональной деятельности;
- основные направления по проблеме формирования процесса познания студентами информационных ресурсов в их профессиональной деятельности;
- обеспечение информационными ресурсами студентов для их профессиональной подготовки;
- внешние и внутренние факторы воздействия на познание студентами информационных ресурсов в их профессиональной подготовке.

Исходя из перечисленных требований, была построена функциональная модель познания студентами информационных ресурсов в их профессиональной деятельности [2].

К сущностям внешних и внутренних факторов, воздействующих на качество образовательного процесса в Карагандинском государственном университете имени академика Е.А.Букетова можно отнести:

- создание и осуществление материально-технического обеспечения работ в области информационных ресурсов с наибольшими возможностями в применении редкого ценного оборудования;
- подготовку специалистов, повышение квалификации преподавателей, привлечение и закрепление молодых специалистов в области информационных ресурсов для их применения в образовательной сфере;
- изучение рынка продукции в части информационных ресурсов;
- установление приоритетных целенаправленных целей в области информационных ресурсов, результаты которых могут быть использованы в образовательном процессе.

Список литературы

1. Нурланова Б.М. Оценка удовлетворенности потребителей качеством информационно-телекоммуникационных образовательных технологий. Журнал «Бюллетень магистранта» Современной гуманитарной академии - №4. - 2014.
2. Нурланова Б.М. Создание функциональной модели

ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УСЛУГ

А.В. ПОПОВ

кандидат социологических наук, доцент
Алтайский государственный технический университет
им. И.И. Ползунова
г. Барнаул

В статье рассматриваются проблемные аспекты развития высшего профессионального образования, опыт и пути развития специальности «экономическая безопасность».

Ключевые слова: образование, образовательные услуги, экономика, развитие.

Рыночное преобразование российской экономики вызвало существенный прирост объема, качества и динамики сферы образовательных услуг, в том числе предоставляемых на платной основе системой высшего профессионального образования. Об этом свидетельствуют ускоренные темпы роста числа студентов в вузах [1].

Однако, если рассматривать качественные преобразования, которые охватили не только отраслевые параметры высшей школы, а также привели и к существенному изменению экономического механизма функционирования сферы высшего образования, что формирует во многих регионах локальные рынки образовательных услуг. Отличительная специфика этих рынков состоит в том, что ассортимент и качественно образовательных услуг определяют приоритетные стратегические цели социально-экономического развития региона и формирование сегмента платных услуг.

В настоящее время становится очевидным, что только благодаря переходу к системе открытого образования и формированию локальных рынков образовательных услуг российская высшая школа вышла на одно из первых мест в мире по относительному приросту численности студентов, однако часто в ущерб качеству и востребованности будущих специалистов в реальном секторе экономики государства.

За последние годы существенным образом изменился и сам российский рынок образовательных услуг и условия его развития: появились новые агенты на рынке, новые форматы обучения, расширились возможности доступа к традиционным формам получения профессионального образования, стали изменяться требования работодателей к уровню образования выпускников и качеству их подготовки.

В настоящее время сфера образования в России переживает затяжной период реформирования. При этом, порой кажется, что «реформаторы» сами не представляют чего хотят. Возьмите хотя бы образовательные стандарты, которые меняются, даже не завершая четырёх-пятiletнего образовательного цикла. Понимаем, что трансформация всей экономической системы, переход на рыночные отношения во всех отраслях экономики, повлияли и на сферу образования. Но при этом следует отметить, что в развитых индустриальных странах сфера образования, а особенно система высшего образования всегда была, в основном, изолирована от действующих рыночных механизмов. Российская система образования, её трансформация европейский лад и приспособления к рынку, привели в 90-е годы прошлого столетия и начале 2000-х к резкому увеличению количества негосударственных (коммерческих) ВУЗов и

двукратному увеличению количества студентов, естественно в ущерб качеству и превышая потребности рынка по некоторым ставшим популярными специальностям.

А учитывая объемы внебюджетного финансирования, зависимость функционирования высшего учебного заведения от коммерческой деятельности, экономическое поведение государственных и негосударственных образовательных учреждений на рынке образовательных услуг существенно не различалось, хотя бюджетное финансирование всё же давало конкурентное преимущество государственным ВУЗам. Но начиная с 2010 года государственная политика относительно негосударственных учебных заведений и многочисленных филиалов ВУЗов, резко меняется, их стали просто убирать с рынка образовательных услуг, путём «государственного регулирования» - лишая их аккредитации и лицензии. Так в Алтайском крае сегодня нет ни одного негосударственного высшего учебного заведения (было 5), а филиал остался один - Санкт-Петербургского Университета Экономики и Управления. Вот вам и принципы конкуренции в условиях рыночных отношений.

Но пока ещё можно констатировать, что на рынке образовательных услуг конкурируют государственные и немногочисленные негосударственные вузы, а также различные учреждения дополнительного образования, работающие только на коммерческой основе, и индивидуальные производители образовательных услуг - это и популярная языковая подготовка, и разные бизнес-тренеры и др.

В последние годы также все чаще источниками внешнего финансирования становятся гранты различных негосударственных и зарубежных фондов, участие в международных программах, сотрудничество с зарубежными университетами.

Но что нового появляется на рынке образовательных услуг в условиях кризиса?

Во-первых, радует тот факт, что образовательные услуги не теряют свою востребованность у потребителей.

Во-вторых, появляются новые специальности и формы обучения, которые отвечают требованиям рынка и работодателям, а формы более приемлемы для самих обучающихся.

В-третьих, образовательные учреждения начинают всё больше применять рыночные формы конкуренции - маркетинг образовательных услуг, анализ регионального рынка, анализ различных сегментов потенциальных потребителей, анализ и более глубокое изучение потребностей работодателей по качеству учебного процесса и компетенциям выпускников ВУЗов.

Рассмотрим эти тенденции на примере развития специальности «Экономическая безопасность» в Институте Экономики и Управления Алтайского государственного технического университета им. И.И. Ползунова.

Специальность «Экономическая безопасность» достаточно новая, в этом календарном году кафедра «Международных экономических отношений» АлтГТУ сделала первый выпуск 106 молодых специалистов, более 70% трудоустроены по специальности в органы государственного управления, органы внутренних дел, в региональные и муниципальные организации, в коммерческие банки и компании. В этом учебном году готовятся к выпуску ещё 160 молодых специалистов по экономической безопасности. Не уменьшается и набор, что говорит о востребованности и высшего образования, и специальности. Но это требует и расширения диапазона подготовки специалистов - углубленная языковая подготовка (английский, немецкий, китайский), экономика и юриспруденция, управление и диагностика рисков, бизнес-планирование, управление устойчивым развитием и др. Весь объём учебного плана пятилетнего обучения специалистов достаточно хорошо практикоориентирован и формирует у обучающихся требуемые стандартом компетенции - знания, навыки и умения. В процессе обучения применяются активные формы и мето-

ды обучения: деловые игры, работа в малых группах, проектирование, научно-исследовательская деятельность, расчётные задания, подготовка презентаций и публичная защита с участием внешних экспертов и работодателей. Это даёт определённые конкурентные преимущества в мотивации студентов на процесс обучения и трудовую деятельность. Ведь уже на 3-5 курсах 30-50% студентов начинают подрабатывать, а некоторые уже работают по специальности. Это и есть понимание и студентами и работодателями значимости и востребованности специальности «Экономическая безопасность» в рыночной экономике.

Но кризисные явления в экономике определяют и кризис в сфере высшего профессионального образования. Становится очевидным снижение не только качественных параметров среднего образования, то есть, какой студент к нам приходит, с каким багажом знаний, но и насколько став студентов он мотивирован на приобретение новых профессиональных знаний, навыков и умений, насколько учебный процесс этому способствует.

Конечно, это не самая главная причина кризиса российской системы образования. Также в числе проблем необходимо назвать материально-техническое состояние учебных заведений образовательной системы в России. Основные фонды требуют обновления и модернизации, но особенно явно прослеживается недостаточное развитие информационной структуры.

Думаю, что сегодня государственное управление образовательной системой среднего и высшего профессионального образования должно базироваться на перспективных вариативных прогнозах социально-экономического развития страны, отдельных регионов и территорий, учитывающих приоритетные с точки зрения конкурентоспособности направления. Однако этот принцип не реализуется в полной мере, особенно сегодня, когда реформируются министерства и ведомства, и зачастую текущие тенденции экстраполируются на будущее, одно ведомство не знает, что планирует другое. Попытки привлечь работодателей для выработки мер по корректированию образовательной системы и образовательных стандартов дают только временный эффект, поскольку рыночные субъекты исходят из своих частных интересов и текущей конъюнктуры, а также из конкурентных стратегий.

Таким образом, высшее образование в отношении качества и масштабов должно опережать потребности современного этапа развития экономики и ориентироваться на показатели, характерные для постиндустриальных стран, на инновационный характер развития, на повышение конкурентоспособности наших специалистов на рынках труда. Развивающемуся российскому обществу, хочется надеяться, нужны образованные, высококвалифицированные, предприимчивые люди, которые смогут самостоятельно принимать ответственные решения в ситуации выбора, прогнозировать возможные их последствия будут отличаться в своих действиях мобильностью, динамизмом, конструктивностью и нести персональную ответственность за свою деятельность. Только тогда отечественная система образования будет являться важным фактором сохранения места России в ряду развитых стран мира, гарантией её международного престижа, обладающей высоким уровнем культуры, науки, образования. Это требует в современных условиях развития от ВУЗов уделять более значительное внимание своему имиджу, в том числе подтверждению своей привлекательности на рынке образовательных услуг, обеспечению конкурентоспособности своих выпускников на рынке труда. Значит, модернизация образовательной системы должна проводиться с учётом этих факторов, поскольку только в этом случае Россия сможет реализовать качественные параметры роста на основе инноваций, связанные с человеческим капиталом, и создать конкурентоспособную на мировом уровне экономику.

Список литературы

1. Акинфеева Н. Социально-целесообразные стратегия изменений в российском образовании // ВВШ. - 2005. - №4 - с.23.

2. Попов А.В. Практика применения различных форм индивидуальных и групповых практических заданий в системе компетентностного подхода подготовки специалистов в области экономической безопасности. Материалы Международной научно-практической конференции «Ползуновские чтения-2018». Барнаул, АлтГТУ 2018.

© А.В. Попов, 2018

УДК 338.46

К ВОПРОСУ О ФОРМИРОВАНИИ КЛЮЧЕВЫХ УПРАВЛЕНЧЕСКИХ КОМПЕТЕНЦИЙ В СФЕРЕ УПРАВЛЕНИЯ ЧЕЛОВЕЧЕСКИМИ РЕСУРСАМИ У БАКАЛАВРОВ МЕНЕДЖМЕНТА

С.Ю. РЕЗУН

кандидат педагогических наук, доцент

Н.В. РОГОЖКИНА

кандидат педагогических наук, доцент

Самарский государственный социально-педагогический университет

г. Самара

В данной статье рассматривается проблема формирования образовательных результатов у бакалавров направления подготовки «Менеджмент» при небольшом объеме контактных часов изучения дисциплины учебного плана. Представлен теоретический обзор проблемы и результаты апробации при преподавании дисциплин сферы управления человеческими ресурсами. Опираясь на стандартную модель формирования профессиональных компетенций, авторы обосновывают необходимость введения в разработанную модель двух дополнительных этапов: подбор адекватного метода оценки выбранной компетенции и выявление профессионально недопустимых качеств, позволяющих формировать компетентного специалиста не только для успешно функционирующей организации, но и находящейся в ситуации кризиса. Такой взгляд будет интересен специалистам в области и управления персоналом.

Ключевые слова: управление человеческими ресурсами, образовательные результаты, профессиональные компетенции, профиль компетенций должностных лиц, модель РДК.

Общеизвестен факт, что как успехи, так и неудачи любой организации в большой степени определяются тем, насколько грамотно осуществляется управление человеческими ресурсами. Вне зависимости от размера организации в рамках кадрового менеджмента осуществляется та или иная работа по найму персонала, его адаптации, мотивации, обучению, аттестации, оплате труда и т.д. А это означает, что какой бы ни была ситуация, управление людьми - важная и неотъемлемая часть менеджмента организации. Следовательно, профессиональные компетенции в сфере управления человеческими ресурсами являются важной составляющей профиля компетенций любого топ-менеджера [1]. Научиться корректно формулировать компетенции и подбирать к ним адекватный оценочный инструментарий - один из основных образовательных результатов освоения таких учебных дисциплин как «Управление человеческими ресурсами», «Технологии управления человеческими ресурсами».

Технологические умения и соответствующие им образовательные результаты были детально представлены в [4]. В данном исследовании артикулирован не менее важный аспект управленческих компетенций, связанный именно с разработкой и оценкой профиля компетенций должностных лиц, в сферу функциональных задач которых входят подготовка и реализация тех или иных действий по управлению персоналом организации. Глубина формирования

подобных компетенций в большой степени определяется объемом часов соответствующих учебных дисциплин. Тем более качественно должны быть продуманы и проработаны методические аспекты преподавания при небольшом количестве учебных часов [8].

В подобной ситуации с неизбежностью возникает вопрос о ключевых (определяющих, главных) управленческих компетенциях, без овладения которыми достаточно сложно будет обеспечивать эффективное управление кадровым ресурсом. На наш взгляд эти ключевые компетенции можно (и нужно) «привязать» к основным направлениям деятельности, связанным с человеческим ресурсом организации. К таковым мы относим набор и отбор персонала, адаптацию, оценку, обучение, развитие, оплату труда и некоторые другие. Набор этих направлений может различаться в разных организациях в силу специфики ситуативных факторов (размера организации, отраслевой принадлежности, конкурентоспособности и др.), но логику и методику формирования ключевых управленческих компетенций по каждому направлению можно привести к «общему знаменателю» - модели или алгоритму, овладев которым можно будет успешно работать с любым набором.

Таким образом, можно предположить, что успешность управления человеческим ресурсом организации будет зависеть от того, насколько качественно разработан профиль компетенций должностных лиц, ответственных за реализацию определенного направления.

Решение проблемы эффективного управления персоналом начинается с готовности (способности) топ-менеджеров грамотно проектировать профиль компетенций (идеальный образ) сотрудника практически в каждом отдельном случае. И теория, и практика менеджмента предоставляют здесь много возможностей. В соответствующей литературе по управлению человеческими ресурсами достаточно полно описаны разнообразные методы, приемы, способы, действия, которые как в игре легко позволяют собрать индивидуальную технологию и при необходимости «подогнать» ее под конкретную ситуацию и конкретного кандидата. Но одна проблема с очевидной неизбежностью возникает всякий раз: определение того, какой именно сотрудник нам нужен, какими характеристиками он должен обладать, чтобы быть не просто пригодным к предлагаемой работе, но и стать эффективным для организации [6].

Первым шагом в решении указанной проблемы становится анализ деятельности сотрудника в определенной должности. Вот тут-то и возникает первая сложность: а как качественно осуществить подобный анализ? Логика анализа можно представить в виде последовательности из нескольких вопросов:

1. Какой конкретно результат ожидается от сотрудника в данной должности?
2. Что сотрудник должен делать, чтобы обеспечить этот результат?
3. Какими компетенциями он должен обладать, чтобы выполнять действия по достижению нужного результата?
4. Каким образом можно измерить (оценить) каждую компетенцию?
5. Какие качества (свойства, характеристики) сотрудника приведут к невозможности выполнения работы на должном уровне (профессионально недопустимые качества)?

Компетенции - проявления рабочего поведения сотрудника, непосредственно влияющие на достижение и качество результата. К компетенциям можно отнести знания, навыки, личностные качества, деловые качества, способности и др.

Профиль компетенций - набор основных компетенций, обеспечивающий требуемый от сотрудника результат. Необходимо добавить - исчерпывающий набор, так чтобы с уверенностью можно было утверждать, что соответствие этому профилю гарантирует достижение требуемого результата.

Для проектирования компетенций и, следовательно, для составления профиля, можно воспользоваться моделью РДК (Результат - Действия - Компетенции), которая соответствует вышеизложенной логике [7]:

Результат - определяем все результаты, которые должны быть достигнуты в процессе выполнения сотрудником трудовых функций. Следует отметить, что результат может быть один, также результатов может быть несколько. В последнем случае - надо подумать об их ранжировании.

Действия - определяем полный перечень тех действий (вариантов поведения), которые обеспечат требуемый от сотрудника результат. **Компетенции** - определяем перечень компетенций, отражающих готовность/способность работника качественно выполнять обозначенные действия.

Заметим, что иногда творчество HR - менеджеров при проектировании компетенций заходит слишком далеко. Формулируются компетенции, с которыми не совсем понятно как работать. Другими словами - не всякую компетенцию можно измерить, оценить. И вот тогда надо воспользоваться следующим правилом: если к сформулированной компетенции не удастся подобрать адекватный инструмент оценки, то - либо ее надо попробовать переформулировать (может быть - упростить), либо и вовсе от нее отказаться. В любом случае инструмент измерения каждой компетенции профиля должен быть обозначен. Поэтому мы предлагаем дополнить модель РДК еще одной позицией - метод (способ, инструмент) оценки (вопрос 4).

Как правило, в процессе анализа оценке подлежат так называемые профессионально важные качества (ПВК), которые сводятся в профиль компетенций. Но не менее важным представляется определение таких свойств или качеств, которые препятствуют выполнению порученной работы на должном уровне и тем самым делают работу непродуктивной, что затрудняет получение общеорганизационного положительного результата. Такие свойства получили название профессионально недопустимых качеств (ПНК), или деструкций [3].

Проблема четкого определения ПНК особенно для руководящих должностей приобрела значимое влияние в ряде реальных практических ситуаций, когда доминирование всего лишь одной деструкции привело к почти полному нивелированию профиля ПВК. Причем, если ПВК проявляются в основном в ситуации успешно действующей организации, то деструкции «расцветают» в критичных для компании случаях, например, в ситуации кризиса, когда порой от одного специалиста зависит будущее всей организации.

Следовательно, в модель РДК логично включить позицию, связанную с выявлением ПНК (вопрос 5).

Таким образом, идеальный образ эффективного сотрудника может быть спроектирован по следующей модели: результат - действия - компетенции - методы измерения компетенций - профессионально недопустимые качества.

Именно эту модель мы предлагаем использовать в процессе преподавания учебных дисциплин сферы кадрового менеджмента (в части семинарских занятий) в условиях небольшого объема программы, когда необходимо сконцентрироваться на наиболее значимых для достижения требуемого результата аспектах деятельности сотрудника [2].

Описанная модель прошла апробацию в процессе преподавания учебных дисциплин «Управление человеческими ресурсами» и «Технологии управления человеческими ресурсами» на третьем курсе при проведении семинарских занятий с бакалаврами менеджмента. Приведем некоторые результаты апробации.

Например, для топ-менеджера, ответственного за наем персонала, получена следующая «картинка»:

Результат :

- качественное заполнение вакансий;
- обоснованное резюме по итогам найма по каждому новому работнику для службы адаптации.

Действия:

- планирует работу по найму персонала;
- распределяет деловые поручения менеджерам по персоналу;
- утверждает подготовленные менеджерами профили компетенций и процедуры набора и отбора персонала;
- разрабатывает и корректирует должностные инструкции менеджеров по персоналу;
- организует документооборот по данному направлению;
- контролирует деятельность менеджеров по персоналу;
- анализирует результаты работы;
- утверждает резюме по итогам найма по каждому новому работнику;
- подготавливает проекты приказов по итогам найма;
- разрабатывает предложения по совершенствованию управления наймом персонала для руководства организации;

• др.

Компетенции и методы их измерения:

- владение технологией планирования работы отдела, личной работы (практическое задание);
- владение технологией делегирования (кейс-метод);
- владеет технологиями разработки профилей компетенции и процедуры найма (практические задания);
- умение разрабатывать и корректировать должностные инструкции в соответствии с нормативными установками и целями организации (деловой тест);
- владение технологией организации документооборота (кейс-метод, собеседование, практическое задание);
- знание трудового законодательства и нормативной документации по своему направлению (собеседование, тестирование);
- умение планировать целенаправленный контроль (практическое задание);
- аналитические умения (кейс-метод, практическое задание);
- умение подготавливать проекты приказов по своему направлению (проектное задание);
- др.

Деструкции (ПНК):

- авторитаризм (ориентация исключительно на свою точку зрения, неспособность слышать других, неготовность обучаться);
- низкий уровень проектировочных и аналитических умений;
- др.

Таким образом, полученный результат будет способствовать формированию у бакалавров целостного представления об управленческой деятельности в сфере найма, и также в сфере управления человеческими ресурсами, если описанную модель использовать и для других направлений (адаптация, оценка персонала, обучение, мотивация, оплата труда). Последовательная отработка модели на разных направлениях кадровой деятельности (несмотря на некоторые повторы, что само по себе тоже неплохо) позволит в процессе работы и групповых обсуждений охватить и такие аспекты управления персоналом как организационная культура, организационная структура, конфликты в коллективе, исполнительская дисциплина, трудовое законодательство, делопроизводство, сопротивление персонала и т.п.), что позволит не только расширить кругозор обучающихся, но и более глубоко понять роль и место кадровой работы в системе управления организацией.

Список литературы

1. Бакшт К.А. Охота за головами. Технологии эффективного набора кадров: конкурс, дефицит, вербовка, кадровый ассесмент. - СПб.: Питер, 2015. - 288 с.
2. Булат Р.Е. «Документационное обеспечение управления персоналом. Учебное пособие». - М.: Издательство Инфра-М, 2015. - 168 с.
3. Вязигин А.В. Оценка персонала высшего и среднего звена /Александр Вязигин. - М.: Вершина, 2006. - 256с.
4. Гуреева Е.Г. Рогожкина Н.В. Методические аспекты формирования профессиональных компетенций в подготовке бакалавров по направлению «Менеджмент» // Современные технологии в российской и зарубежной системах образования: Материалы VI Международной научно-практической конференции. - Пенза: Изд-во РИО ПГСХА, 2017. С. 11-17.
5. Демин Ю.М. Ассесмент персонала: как объективно оценить деловые качества сотрудника и соискателя за пятнадцать минут. - СПб.: Питер, 2008. - 272 с.
6. Иванова С. Оценка компетенций методом интервью: Универсальное руководство /Светлана Иванова. - 3-е изд. - М.: Альпина Паблишер, 2013. - 155 с.
7. Иванова С. 50 советов по рекрутингу / Светлана Иванова. - М.: Альпина Паблишер, 2012. - 256 с.
8. Федеральный государственный образовательный стандарт по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент». - М., 2016.

© С.Ю. Резун, Н.В. Рогожкина, 2018

УДК 373.6

**ИГРОВОЕ И СИТУАЦИОННОЕ МОДЕЛИРОВАНИЕ
НА УРОКАХ ЭКОНОМИКИ В ШКОЛЕ**

Г.А. РУТКОВСКАЯ

студент

Я.Д. СТАРКОВА

студент

Научный руководитель

Е.Г. ГУРЕЕВА

кандидат педагогических наук, доцент кафедры управления
сервисных технологий и экономического образования

Самарский государственный социально-педагогический университет

г. Самара

В статье анализируются возможности использования метода моделирования в обучении экономике в школе, использование новых методов и средств в обучении экономике является актуальным, поскольку сама предметная область экономики предполагает практическую направленность образовательных результатов у обучающихся, подчёркиваются преимущества метода в формировании предметных и метапредметных результатов по сравнению с традиционным обучением, оцениваются возможности использования методов игрового и ситуационного моделирования в практике учителя, сформулированы рекомендации по использованию методов игрового и имитационного моделирования на уроках экономики в школе.

Ключевые слова: системно-деятельностный подход, универсальные учебные действия, инновационное обучение, игровое моделирование, ситуационное моделирование, деловая игра.

В настоящее время каждый урок должен носить деятельностный характер, где главной задачей учителя является научить детей учиться. Экономические умения нельзя

сформировать с помощью лекции, их можно сформировать только используя практические формы работы на уроке. Усиленная практическая направленность, ориентация на развитие личности, обучение принятию решений в условиях альтернатив должно являться базой для принципиально нового подхода к обучению экономики [1, 2]. В современных школах наблюдается общее снижение интереса школьников к учебной деятельности, в том числе и на уроках экономики. Поэтому для решения этой проблемы необходимо найти такие формы обучения, методы и приёмы, которые повысят эффективность усвоения экономических знаний, помогут распознать в каждом школьнике его индивидуальные особенности и воспитать у него стремление к познанию и творчеству [3, 4].

Нетрадиционные методы и средства являются важным средством активизации познавательной деятельности, а их применение – актуальной проблемой. Одним из методов в современном обучении экономики является метод игрового моделирования, который позволяет активизировать мышление, то есть создать условия для «вынужденной активности» [1, 2, 3, 4].

Принимая участие в таких играх, учащиеся значительно повышают свои знания в области экономики и предпринимательской деятельности. Деловые игры помогают учащимся разобраться в сложном механизме предпринимательской деятельности, понять ее важность и значимость в рыночной экономике, научиться самостоятельно принимать решения, активно работать как индивидуально, так и в команде.

Рассмотрим деловую игру «Предложение» [7]. Ученики участвуют в моделирующем упражнении для того, чтобы понять связь между затратами на производство и предложением, научиться строить шкалу и кривую предложения, а также понять различие между изменением в предложении и изменением величины предложения.

В процессе игры будет создано несколько фирм, производящих одинаковые хот-доги и стремящихся выйти на рынок. Фирма должна, используя всю имеющуюся информацию, принять решение о величине необходимых затрат на производство одного хот-дога. Затраты фирмы будут зависеть от расходов на сырьё, оборудование и заработную плату. Задача фирмы обосновать цену хот-дога, учитывая, что покупатели покупают больше по низким ценам, но фирма понесет убытки, если цена будет меньше затрат.

Итак, класс делится на команды по 4 человека: экспертов и специалистов, после чего придумывают название своей фирмы. Все фирмы производят хот-доги одинакового качества. Каждый хот-дог состоит из сосиски, булочки и кетчупа. Чтобы сделать хот-дог нужна продавщица, киоск, печка. Фирма должна определить величину затрат (большие, средние или маленькие) по каждой, используя бумажные прямоугольники разного цвета и разного размера: красный - сосиска, желтый - булочка, оранжевый - кетчуп, синий - оборудование, зеленый - труд.

Каждая фирма получает по 3 прямоугольника каждого цвета (красного, желтого, оранжевого, синего и зеленого) разных размеров, символизирующие затраты (большие - 5см x 8см, средние - 5см x 6см, минимальные - 5см x 5см).

Эксперт назначает специалистов:

- специалиста по приготовлению;
- специалиста по оборудованию;
- специалиста по кадрам.

Перед началом игры необходимо обсудить, от чего зависит величина расходов (выбор ингредиентов, заработная плата продавщицы, месторасположение киоска и т.д.) и напомнить, что издержки производства - это сумма всех расходов, величина, ниже которой фирма не может назначать цену.

Ход игры:

1. После обсуждения специалисты определяют величину расходов по своим направлениям и приклеивают карточки в линию на доску под названием своей фирмы. Далее эксперты измеряют расходы своей фирмы с помощью ценометра, где каждое деление равно 1 руб. Результаты измерения записываются на доску.

2. Обсуждение, почему у некоторых фирм затраты на производство одного хот-дога равны ($3.00=2 \times 5 \text{см} + 2 \times 6 \text{см} + 8 \text{см}$; $3.00=5 \times 6 \text{см}$), разные (минимальные $2.50=5 \times 5 \text{см}$; максимальные $4.00=5 \times 8 \text{см}$).

3. Учитель спрашивает, какие фирмы готовы продавать по минимальной цене 2.50? Подсчитывается и записывается цена и количество фирм в два столбика. Объявляется следующая цена по возрастанию и учитель спрашивает, кто готов продавать по новой цене? Здесь следует помочь понять, что желавшие продавать по минимальной цене готовы продать и по более высокой цене. Таблица полностью заполняется, после чего обсуждается тот факт, что по максимальной цене все фирмы готовы продавать свою продукцию.

4. Всем ученикам предлагается построить кривую предложения, отражающую готовность фирм продавать свою продукцию при каждой цене. Также они должны дать определения предложения, величины предложения, шкалы и кривой предложения, сформулировать закон предложения, опираясь на полученные таблицу и рисунок.

5. В городе вводится налог на каждый произведенный хот-дог. Фирмы получают квадратные карточки белого цвета. Обсуждается, как введение этого налога повлияет на издержки фирмы и дорожку расходов.

6. Дорожка изменяется и измеряется новый результат.

7. Проигрывается пункт 3 и строится новая кривая предложения. Сравниваются показания новой и старой шкал предложения, обсуждается, что произошло с величиной предложения при каждой цене? (уменьшилась). Сравните положение старой и новой кривой предложения. Все должны увидеть сдвиг вверх.

8. Произошло изменение технологии изготовления хот-догов. Ножницами отрезаются примерно равные части от прямоугольников синего цвета на расходных дорожках каждой фирмы (по новой технологии меньше включаем печку, меньше тратим электричества). Эксперты измеряют дорожку и записывают новый результат.

9. Снова проигрывается пункт 3 и строится новая кривая предложения. Обсуждается, что произошло с предложением и как сдвинулась кривая предложения?

10. С классом необходимо обсудить ситуацию, смоделированную в упражнении (Увеличение затрат уменьшало предложение и наоборот. При уменьшении предложения кривая предложения сдвигалась вверх-влево, а при увеличении кривая сдвигалась вправо-вниз), проверить понимание, задавая каждой фирме вопрос типа: что произойдет с предложением хот-догов, если вырастет арендная плата за киоск (подешевеет булочка, повысится зарплата продавщицы и т.д.). В заключении спрашивается у учащихся, что такое предложение? Какая связь между ценой и количеством предлагаемого товара? Какие неценовые факторы изменяют предложение?

В ходе данной деловой игры формируются следующие образовательные результаты:

Знания:

- понятий предложения и его вылечены предложения;
- закона предложения;
- неценовых факторов, влияющих на изменение предложения;

Умения:

- построение кривой предложения;
- построение изменений кривой предложения.

Универсальные учебные действия:

- коммуникативные (сотрудничество со своей командой, умение выражать свои мысли, участие в обсуждении);
- регулятивные (планирование действий для достижения цели);
- познавательные (построение логической цепи рассуждения, выделение причин влияющих на изменение предложения).

Динамика игры порождает высокую творческую активность участников, которая вызывает эмоциональный подъем, способствующий повышению уровня усвоения учебного материала - его осмыслению и запоминанию, развивает мышление и обучение. Деловая игра учит коллективным действиям, необходимым в практической профессиональной деятельности. В процессе игры, как и в жизни, возможны ошибочные решения, которые быстро выявляются самими учениками. Такой контроль естественен, корректен, не вызывает отрицательных эмоций, объективен поскольку отражает коллективное мышление.

Метод моделирования конкретной ситуации как проверка теоретических знаний гораздо интереснее тестирования, ответы на которое можно найти в информационном источнике.

Но у метода ситуационного (имитационного) моделирования существуют свои достоинства и недостатки.

Достоинства:

1) наглядность. Она способна визуализировать процессы работы системы, схематично изобразить её структуру и преподнести в графическом виде результаты. С помощью таких возможностей гораздо проще показать полученный вариант решения любой задачи и разъяснить такую сложившуюся ситуацию обучающимся;

2) универсальность. С помощью имитационного моделирования можно справиться с разрешением конкретной ситуации, которая может возникнуть в будущем в любой области, например, в сфере производства, в финансовой сфере, в сфере здравоохранения и прочее. В каждой ситуации модель имитирует, воссоздает реальную жизнь и даёт возможность осуществлять неограниченно много экспериментов без воздействия на реальные объекты;

3) повторяемость. В настоящее время организации различных типов должны быстро реагировать на всяческие, даже незначительные изменения на рынке. От этого может зависеть их дальнейшее развитие, а может даже и существование в будущем. Например, спрос на какую-либо продукцию. Организация может вложить слишком много средств в продукт, который затем никто не будет покупать. Это может привести к разорению фирмы. Ситуационная модель, несомненно, может помочь избежать этого путём проведения огромного количества экспериментов с различными параметрами, чтобы выяснить, что лучше сделать, чтобы избежать неблагоприятных моментов и принять верное решение.

6) недостатком имитационного моделирования до сих пор является то, что нет каких-то определённых стандартов. Поэтому может получиться так, что если одну и ту же реальную модель воссоздают разные аналитики, то результатом могут оказаться абсолютно разные модели.

При использовании технологии моделирования необходимо учитывать:

- 1) начинать обучение приемам моделирования необходимо с первых уроков;
- 2) учителю необходимо владеть активными методами обучения и развитыми формами организации работы;
- 3) учителю необходимо уметь конструировать дидактический материал таким образом, чтобы обучающийся имел возможность выбирать лично значимые способы (модели) учебной работы.

Одним из современных способов моделирования является моделирование ситуации как современный метод проверки знаний обучающихся. С помощью такого метода учитель проверяет не только теоретические знания, но и то, как обучающийся понял данный материал и как его он умеет применять на практике.

Рассмотрим это на примере темы «Безработица». Учитель дает обучающимся следующее задание: какие виды безработицы существовали России с 2013 по 2017 года? Назовите причины появления этих типов безработицы, дайте их характеристику, проиллюстрируйте их примерами, продумайте пути выхода из сложившихся видов. Оцените деятельность государства по предотвращению сложившихся видов безработицы.

Класс делится на 5 равных по количеству групп: фрикционная, структурная, циклическая, сезонная, застойная. Название группы говорит учитель. И каждая группа выполняет данное задание для своего типа безработицы. Каждая группа помещает свои ответы в таблицу:

Таблица для урока по теме «Безработица»

| Тип безработицы | | | | |
|-----------------|----------------|---------|---------|-------------|
| № | Характеристика | Причины | Примеры | Пути выхода |
| 1. | | | | |
| 2. | | | | |
| 3. | | | | |
| 4. | | | | |
| 5. | | | | |
| Выводы: | 1. | | | |
| | 2. | | | |
| | 3. | | | |
| | 4. | | | |
| | 5. | | | |

Выбирается по одному представителю из каждой команды, который отстаивает свой тип безработицы.

В ходе проведения такой нестандартной проверки знаний у обучающихся формируются следующие образовательные результаты:

Знания:

- определения: «безработица», «фрикционная безработица», «структурная безработица», «циклическая безработица», «сезонная безработица», «застойная безработица»;
- причины появления безработицы;
- характеристики типов безработицы.

Умения:

- приводить примеры видов безработицы;
- анализировать сложившуюся ситуацию в стране.

Универсальные учебные действия (познавательные, регулятивные):

- прогнозировать развитие ситуации исходя из её характеристик;
- устанавливать причинно-следственные связи.

Таким образом, использование метода моделирования на уроках экономики в школе активизирует познавательную деятельность обучающихся, повышает их мотивацию и может использоваться одновременно как для формирования, так и для оценки образовательных результатов.

Список литературы

1. Ларин М.С. Организация деловых игр на уроках экономики // Актуальные вопросы развития науки: сборник статей Международной научно-практической конференции. - Уфа: Издательство «Башкирский государственный университет», 2014. С. 127-130.
2. Лунин И.И. Деловые и ролевые игры как средство экономического воспитания и социализации личности на уроках экономики // Региональное образование: современные тенденции. - Липецк. 2009. С. 127-129.
3. Комолова В.А. Применение интерактивных методов обучения в процессе формирования у школьников культуры экономического мышления // Психология. Социология. Педагогика. 2011. С. 7-9.
4. Панина Т., Вавилова Л. Современные способы активизации обучения. - М.: Издательский центр «Академия». 2006. - 176 с.
5. Винник В.К., Гонова Н.В. Игровое моделирование как средство повышения учебно-познавательной активности в образовательном процессе // Современные проблемы науки и образования. 2015. № 2 (часть 1). [Электронный ресурс] URL: <https://www.science-education.ru/ru/article/view?id=20407>
6. Панфилова А.П. Игровое моделирование в деятельности педагога. - М.: Издательский центр «Академия». 2006. - 368 с.
7. Артамонова Л. М. Экономический практикум [Электронный ресурс] URL: <http://economicus.ru/>

© Г.А. Рутковская, Я.Д. Старкова, 2018

УДК 334.7

ПРОБЛЕМЫ ФОРМИРОВАНИЯ ЭНДАУМЕНТ-ФОНДОВ В СФЕРЕ ОБРАЗОВАНИЯ В РОССИИ

О.Ю. ЦЫБИНА

Старший преподаватель

А.И. ГАЛЯЛУТДИНОВА

студент

Самарский государственный социально-педагогический университет

г. Самара

В статье рассмотрены понятие эндаумент-фонд, цель создания таких фондов, из чего они складываются. Выявлены проблемы формирования фондов целевого капитала в России.

Ключевые слова: эндаумент-фонд, целевой капитал, фандрайзинг, проблемы формирования фондов целевого капитала в России, некоммерческие организации.

В международной практике существует механизм финансирования образовательных учреждений посредством создания и функционирования эндаумент-фондов. Эндаументом называется целевой фонд, предназначенный для использования в некоммерческих целях, как правило, для финансирования учреждений образования, медицины, культуры.

Актуальность данного исследования обусловлена современной экономической ситуацией, политикой государства в сфере образования, а также возникшей в связи с этими факторами необходимостью образовательных учреждений использовать и развивать инструменты софинансирования. Появилась необходимость создания «вечного капитала» - эндаумента,

или фонд целевого капитала как его называет российское законодательство, дающий возможность диверсифицировать источники финансирования и снижать государственные расходы в сфере образования, и в целом оказывать положительное влияние на образовательный, научный и инновационный прогресс России. Сам эндаумент-фонд неприкосновенен, расходную часть средств которого могут составлять только доходы, которые получаются в процессе его инвестирования. Эндаумент создается для долгосрочного привлечения денежных средств и направления их на социально значимые цели. Чаще всего он принимает организационную форму траста[3]. Эндаумент - это фонд, основной капитал которого неизменен (т.е. неприкосновенен), инвестируется и из которого можно использовать лишь доход от инвестиций. Нерасходуемую часть называют «тело» эндаумента. «Тело» остается неизменным, расходуете доход, полученный в результате инвестирования. В свою очередь фонд - это не имеющая членства некоммерческая организация, учрежденная гражданами и (или) юридическими лицами на основе добровольных имущественных взносов и которая преследует социальные, благотворительные, культурные, образовательные или иные общественно полезные цели. [2]

Целью работы является выявление перспектив и проблем формирования эндаумент-фондов в сфере образования в России.

Появление фондов целевых капиталов стало возможным благодаря вступлению в силу Федерального закона от 30.12.2006 № 275-ФЗ «О порядке формирования и использования целевого капитала некоммерческих организаций» (далее - Закон о целевом капитале) [1]. Совместно с этим законом были приняты поправки в Налоговый кодекс, которые освобождают доход от капитала фондов от налога на прибыль. Средства, которые поступают в фонд целевого капитала, и доходы от управления целевым капиталом не облагаются налогом. Целевой капитал считается сформированным после передачи средств в объеме - не менее 3 миллионов рублей, которые были собраны в срок не позднее 1 года с момента первого пожертвования в доверительное управление управляющей компании [4].

Многовековой опыт использования эндаумент-фондов свидетельствует о том, что они укрепляют финансовое положение некоммерческих организаций, усиливают их конкурентные преимущества за счет выстраивания долгосрочных взаимоотношений с «внешней средой», улучшают процессы стратегического планирования, поскольку обеспечивают финансовую поддержку деятельности некоммерческих организаций [5].

Эндаумент наполняется преимущественно за счет благотворительных пожертвований. Отличительной чертой эндаумент - фондов является строго целевой характер деятельности и нацеленность на получение дохода за счёт инвестирования средств. Сутью эндаумент-фонда является то, что собранные средства формируются в неприкосновенный фонд и передаются в доверительное управление профессиональной компании. Доходы, которые получены от доверительного управления направляются на цели, которые определены жертвователями, а деньги фонда продолжают работать. [4]

Первый эндаумент-фонд, который был создан и зарегистрирован в России является Фонд Развития МГИМО, который существует с 28 марта 2007 года. Выпускники МГИМО В. Потанин и А. Усманов положили начало формированию эндаумента данного вуза. Возглавил попечительский совет фонда министр иностранных дел РФ С. Лавров. В состав попечительского совета вошли 23 человека. Фонд развития МГИМО является одним из первых в России фондом с целевым капиталом. Через год после создания фонда - в марте 2008 года капитал фонда уже составил 375 миллионов рублей. В первом квартале 2018 года - 1,5 миллиарда руб. [6]. Одними из первых в России эндаумент-фонды созданы также для поддержки Московской школы управления СКОЛКОВО (дата регистрации - 29.03.2007 г.) и Высшей школы менеджмента Санкт-Петербургского государственного университета. В декабре 2007 г. по инициативе выпускников Новосибирского государственного университета (НГУ) и представителей

Новосибирского бизнес сообщества был основан первый в Сибирском федеральном округе Фонд собственник целевого капитала - «Эндаумент НГУ». Главная цель создания данного фонда: организовать в Новосибирском государственном университете новую структуру, которая способна осуществить интеграцию инновационных проектов взаимодействия бизнеса и образования. В 2008 году был создан также эндаумент-фонд Финансовой академии при Правительстве РФ. Первый консолидированный (объединённый) взнос учредителей составил свыше 7,5 миллионов долларов США. Финансовый кризис 2008 года оказал негативное влияние на процесс создания эндаумент-фондов, значительно сократив число регистрируемых фондов. В 2009 году было создано всего два эндаумент-фонда. Однако с 2010 года стала наблюдаться новая волна эндаумент-фондов, среди которых особую активность проявили региональные вузы. Очевидно, что обострение конкуренции на образовательном рынке за лучших студентов, талантливых преподавателей и перспективных научно-исследовательских коллективов вынуждает университеты изыскивать новые источники финансирования, внимательно изучать опыт коллег и перенимать лучшую практику, в том числе и зарубежную [7].

Следует отметить, что увеличение общего объема целевого капитала университета непосредственно влияет на увеличение его инвестиционного дохода. Уровень доходности эндаумент-фондов российских университетов, как правило, не превышает 10% и колеблется на уровне 6-8%. В результате ощутимая отдача от инвестиций появляется только при совокупном объеме целевого капитала более 100 млн руб.

Выделим основные проблемы формирования эндаумент-фондов в сфере образования в России: 1. Эндаумент-фонд носит закрытый характер. Ему присущ низкий уровень информационной прозрачности. 2. Фундаментальные проблемы использования эндаумент-фондов в высшем образовании связаны с особенностями экономической ситуации и социальными приоритетами состоятельных граждан и организаций, которые являются потенциальными жертвователями. Во-первых, представляется большой трудностью организовать процесс формирования целевого капитала с тем, чтобы собрать пожертвований даже на минимальную сумму - 3 миллиона рублей. Благотворительность в нашей стране, к сожалению, не является социально одобряемой и общепринятой традицией. Кроме того, только крупнейшие вузы располагают достаточными связями в бизнес-сообществе, которые включают личные контакты с состоятельными выпускниками, то есть должен быть эффективный фандрайзинг и работа с имеющимися выпускниками и партнерами. В России штат фонда целевого капитала состоит в лучшем случае из нескольких сотрудников. Этот штат не может в должной мере покрывать расходы на свой аппарат из доходов от управления капиталом. 3. Недостаточный объем налоговых и иных льгот и стимулов для жертвователей в ФЦК. 4. Проблема эффективности управления целевым капиталом эндаумент-фонда («незастрахованность» некоммерческой организации от убытков и низкого уровня доходности). 5. Проблема эффективного управления доходом от целевого капитала в условиях действующей организационной структуры образовательных учреждений. 6. Ограничения по размеру целевого капитала и сроку его формирования. 7. Годовой доход от доверительного управления эндаументом не настолько велик, чтобы генерировать достаточные для крупного вуза финансовые потоки. Учитывая ограничения на доступные инструменты инвестирования, маловероятно, что чистая реальная доходность российского эндаумента превысит 10-15% годовых (за вычетом инфляции). При невысокой доходности и запрете на реинвестирование более 50% номинальных доходов фонда, его активы будут постепенно истощаться, тогда как возможности дополнительных денежных поступлений существенно ограничены. То есть возникает дисбаланс между бюджетными возможностями и финансовыми потребностями вузов, с одной стороны, и перспективами финансирования за счет эндаументов - с другой.

Таким образом, основной целью создания фонда является формирование и использование дохода от целевого капитала как долговременного устойчивого дополнительного источника развития организаций. основополагающей идеей эндаумента является принцип сохранности и приумножения собранных пожертвований для будущих поколений. В России практика показывает, что темпы создания эндаумент-фондов образовательными учреждениями недостаточны высокие, что частично связано с новизной и относительной сложностью предлагаемого законодательством механизма.

Список литературы

1. Федеральный закон №275-ФЗ от 30.12.2006 (ред. от 23.07.2013) «О порядке формирования и использования целевого капитала некоммерческих организаций». [Электронный ресурс]. - URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_64939/ (29.11.2018)
2. Библиотечка "Российской Газеты" / ред. М.А. Архимандритова - Москва : Библиотечка "Российской Газеты", 2012. - Вып. 18. Целевые капиталы некоммерческих организаций. - 176 с. - ISSN 1605-7449; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=131585> (03.12.2018).
3. Региональная экономика: теория и практика : научно-практический и аналитический журнал / ред. сов. И.Е. Бельских ; изд. ООО «Информсервис» ; гл. ред. Л.А. Чалдаева ; учред. ООО «Издательский дом ФИНАНСЫ и КРЕДИТ» - Москва : Финансы и кредит, 2015. - № 6(381). - 64 с. С. 48-64: ил. - ISSN 2311-8733; То же [Электронный ресурс

только при условии создания конкурентоспособной образовательной системы. Бюджетные учреждения являются важными субъектами экономики в государстве. В экономическом комплексе страны действует большое количество таких организаций, которые финансируются не только за счет государственного бюджета, но и благодаря различным внебюджетным источникам [9, с. 45].

На сегодняшний день увеличились возможности общеобразовательных учреждений привлекать финансовые средства за счет предоставления платных услуг, а также за счет благотворительности юридических и физических лиц. Платные услуги могут быть различны [3, с. 137]. Это и организация образовательных услуг: 1. изучение предметов, которые не предусмотрены учебным планом; 2. подготовительные курсы для сдачи государственных экзаменов и поступления в высшее учебное заведение; 3. создание групп для детей с отклонениями в развитии; 4. услуги психологической помощи, так же это организация всевозможных развивающих услуг: кружки и секции, а также организация спортивно-оздоровительных услуг: организация спортивных секций и организация групп по укреплению здоровья детей.

Привлечение дополнительных средств не влечет за собой снижения объемов финансирования из бюджетов различных уровней. Также стабильным источником поступления финансовых средств является сдача в аренду помещений и оборудования, которые принадлежат на праве собственности образовательному учреждению, но при условии, что это не мешает учебному процессу [5, с. 177].

К тому же это может быть деятельность по обеспечению образовательного процесса: предоставление услуг библиотек, спортивных сооружений, оргтехники; проведение культурных и спортивно-оздоровительных мероприятий и выставок.

Образовательным учреждением выбираются те виды внебюджетной деятельности, для осуществления которых имеются потенциальные возможности. При организации дополнительных образовательных услуг необходимо соблюдать некоторые правила. Предпринимательская деятельность должна быть отражена в учредительных документах, и образовательное учреждение должно получить разрешение на ведение этой деятельности у управляющих органов, а для осуществления особых видов деятельности еще необходимо приобрести лицензию [1, с. 22]. Также необходимо помнить, что если коммерческая деятельность будет идти в ущерб уставной образовательной деятельности, то учредитель имеет право ее приостанавливать до решения суда по этому вопросу [8, с. 36].

Организация составляет смету доходов и расходов на предпринимательскую деятельность, где указываются источники поступлений и направления использования средств. Доходы от этой деятельности и приобретенное за счет этих доходов имущество поступают в самостоятельное распоряжение учреждения и учитываются на отдельном балансе.

Началу ведения предпринимательской деятельности бюджетного учреждения предшествует разработка бизнес-плана. Бизнес-план включает разработку цели и задач, которые ставятся перед учреждением на ближайшую и дальнюю перспективу, оценку текущего состояния оказываемых образовательных услуг, анализ рынка и информацию о потенциальных потребителях. В нем дается оценка кадровых, информационных, материальных и финансовых ресурсов, необходимых для достижения поставленных целей в условиях конкуренции аналогичных услуг [2, с. 81].

Еще один важный показатель - жизненный цикл платных образовательных услуг, т.е. период, в течение которого они пользуются спросом, реализуются по приемлемым для учебного заведения ценам и сохраняют свою конкурентоспособность [4, с. 130]. В зависимости от стадии жизненного цикла платной образовательной услуги изменяются доходы и затраты учебных заведений, конкуренция и цены предоставляемых услуг, а также поведение потребителей. Наиболее высокая прибыль и выручка приходятся на стадию зрелости платных образовательных услуг. Важным моментом в организации платных дополнительных услуг является установление цены на услуги. В маркетинговой практике применяются два основных метода установления цен

на платные дополнительные услуги - по полным и по предельным издержкам. Используются также методы определения цены по рентабельности (доходности) инвестиций и по рыночным оценкам, а с помощью метода обеспечения целевой прибыли определяется цена конкретного вида платной образовательной услуги, обеспечивающая при их заданном объеме получение целевой прибыли [6, с. 88].

Спрос на образовательные услуги отличается от спроса на другие блага постоянной востребованностью, обусловленной необходимостью получения субъектами общего и профессионального образования различных уровней. Рынок знаний имеет цикличность, связанную с демографическими сдвигами в национальной экономике [7, с. 42]. В России наблюдается тенденция увеличения рождаемости, что, безусловно, сказывается на рынке образовательных услуг. Вместе с тем, имеет место рост потребностей в более качественных и современных образовательных услугах. Так, очевидной тенденцией стало получение дополнительного образования и развитие интерактивных форм обучения. В связи с этим школа активно может использовать внебюджетную деятельность.

Основными показателями эффективности внебюджетной деятельности являются [3, с.141]:

1. Дополнительные доходы за счет реализации платных услуг;
2. Обновление материально-технической базы, за счет средств, полученных от реализации услуг;
3. Увеличение числа обучающихся в дополнительном образовании, и как следствие этого улучшение успеваемости учеников.

Поскольку современное состояние системы образования Российской Федерации характеризуется в первую очередь серьезной нехваткой бюджетных средств, то для стабилизации экономического положения школы руководство обращается к внебюджетной деятельности, которая помогает улучшить условия работы и обучения, за счет средств от реализуемых платных образовательных услуг, и остального широкого спектра дополнительных услуг, которые школа может себе позволить оказывать.

Таким образом, внебюджетная деятельность является хорошей опорой для государственного и муниципального образовательного учреждения и требует соответствующего бизнес планирования, определенной спецификации. Важно лишь соблюдать правила действующего законодательства и рационально использовать поступающими средствами.

Согласно статистике, в 2018 году внебюджетное финансирование наиболее активно привлекается общеобразовательными организациями Московской области (11%), Республики Марий Эл (10%), Самарской области (10%), Еврейской автономной области (7%), Краснодарского края (7%) и Новгородской области (7%).

Список литературы

1. Воронин А.А. О механизме финансирования платного сектора образовательных услуг // Финансы. - 2016. - №12. - С. 21-23.
2. Горбунов Н.П. Особенности финансирования образовательного учреждения. - М.: Лаборатория книги, 2009. - 97 с. Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=97512>
3. Дюжов А.В. Источники финансирования образовательной деятельности // Российский экономический журнал. - 2016. - №4. - С. 80-82.
4. Жукова Г.С. Различные аспекты совершенствования системы управления образованием в целом и образовательными организациями // Ученые записки Российского государственного социального университета. - 2012. - №9. - С. 136-141.
5. Зубакин С.И. Бюджетный контроль. - М.: Издательский дом "Дело", 2010. - 398 с. Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=443229>
6. Ишина И.В. Внебюджетная деятельность учебных заведений в России: организационно-правовая база и основные направления // Право и образование. - 2017. - №6. - С. 126-141.
7. Поляк Г.Б., Андросова Л.Д., Карачевский В.В. Финансы бюджетных организаций. - М.: Юнити-Дана, 2016. - 463 с. Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=118173>

8. Степанова В.П. Правовые аспекты доходной деятельности образовательного учреждения // Народное образование. - 2017. - №10. - С. 175-187.

9. Уваров Н.Н. Управление образованием // Вестник Томского государственного педагогического университета. - 2014. - №38. - С. 85-90.

© О.Ю. Цыбина, Е.И. Сафонова, 2018

УДК 373.5

ВОЗМОЖНОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ДЕЛОВОЙ ИГРЫ В СТАРШЕЙ ШКОЛЕ НА УРОКАХ ЭКОНОМИКИ

О.Ю. ЦЫБИНА

Старший преподаватель

Я.Д. СТАРКОВА

студент

Самарский государственный социально-педагогический университет

г. Самара

В статье рассмотрены возможности использования деловых игр на уроках экономики; рассматриваются формы проведения деловых игр для старшеклассников, исследуются плюсы деловых игр, а также анализируются ограничения, которые присущи деловым играм. Особенностью этой статьи является рассмотрение возможностей внедрения деловых игровых технологий в обучение экономике в старших классах, направленных на развитие у обучающихся способности правильно ориентироваться в специфике будущей профессии. Авторы предполагают, что участие обучающихся в деловых играх может стать для самого обучающегося бесценным опытом, который может быть получен только во время проигрывания определенных жизненных ситуаций в деловых играх. Автор делает вывод о том, что деловые игры на уроках экономики в старших классах помогают воспитать успешного человека, который коммуникативно развит.

Ключевые слова: деловая игра, обучающиеся, педагог, урок экономики, методы и средства обучения.

В настоящее время ни один учебный процесс нельзя представить без проверки знаний обучающихся, в ходе чего учитель отслеживает изменение образовательных результатов обучающихся, которые могут проявляться как в положительном направлении, так и в отрицательном. Каждую пройденную тему завершает самостоятельная работа, которая показывает педагогу положительную или отрицательную динамику изменений образовательных результатов обучающихся. Каждая новая изучаемая тема должна носить деятельностный характер.

Экономические умения будут формироваться, если обучающихся заставлять думать, приводить конкретные примеры, моделировать ситуации и т.д. Учитель в этом процессе играет двоякую роль, с одной стороны, он является лектором, который передает обучающимся информацию, а, с другой стороны, он направляет обучающихся, контролирует их деятельность. Нельзя обучающихся научить думать только теоретически, по определенному алгоритму, им нужно давать практические ситуации, в процессе анализа которых, они сами сделают выводы и докажут правоту своего мнения, что будет способствовать принятию решений в быстро меняющемся мире.

Современный человек должен не только знать теоретическую основу экономики, но, и иметь хотя бы незначительную практическую базу, с помощью которой он сможет смоделировать правильно ситуацию и подобрать разумные пути ее разрешения.

Мы считаем, что в современных школах, особенно в классах с социально-экономическим профилем, нужно отводить большую часть времени на практическую часть: заставлять обучающихся мыслить по определенной теме, давать им задания на

моделирование конкретных ситуаций, проводить с ними деловые игры, направленные на развитие их мышления. Такой учебный процесс, когда инициатива в большей мере находится в руках обучающихся, будет увеличивать успеваемость каждого обучающегося. Поэтому, для решения данной проблемы необходимо найти такие формы обучения, методы и приёмы, которые повысят эффективность учебного процесса, усвоения знаний не только экономической направленности, но, и всех остальных знаний, которые в свою очередь помогут распознать в каждом школьнике его индивидуальные особенности и воспитать у него стремление к познанию и творчеству.

Нетрадиционные методы и средства являются важным средством активизации познавательной деятельности (это может быть деловая игра по пройденной теме, когда обучающийся демонстрирует не только свои теоретические знания, но, и их практическое применение в данной сложившейся ситуации), а их применение является актуальной проблемой.

Одним из таких нетрадиционных методов проверки знаний обучающихся являются деловые игры, с помощью которых можно проверить не только знания обучающихся, но и погрузить их в смоделированную экономическую ситуацию.

Деловая игра - это метод имитации принятия решений руководящих работников или специалистов в различных производственных ситуациях, осуществляемый по заданным правилам группой людей или человеком с ПК в диалоговом режиме, при наличии конфликтных ситуаций или информационной неопределённости [3,23]. Игра как феномен бытия и феномен культуры выступает и как универсальное, самобытное, исключительное явление, и как элемент конкретной человеческой деятельности [4, 29].

Деловые игры, которые имитируют реальную жизнь, реальную профессиональную деятельность, вошли в нашу жизнь сравнительно недавно.

Такие деловые игры позволяют экспериментировать, проверять разные способы поведения и даже проигрывать ситуации совершения ошибок, которые в реальности могут привести к серьезным экономическим проблемам.

Актуальность выбранной нами темы заключается в применении нетрадиционных методов и средств, являющиеся важным средством активизации познавательной деятельности обучающихся в старшей школе на уроках экономики. Деловая игра как метод обучения выступает как форма, в которой наиболее успешно могут осваиваться содержание новой деятельности: обучающиеся творчески самовыражаются, проявляют самостоятельность и активность в соперничестве, умение работать в группах, эмоциональная опора личности. Все выше названное в совокупности дает толчок в самоутверждении и самореализации обучающегося, у которого только закладываются определенные экономические способности, с помощью которых он может реализовать себя в каком-то новом направлении. Деловая игра помогает открыть в человеке новые качества и способности, через соперничество происходит формирование личностных результатов, которые уже сейчас могут закладывать основы будущей профессии.

Основная цель внедрения деловых игровых технологий в учебные занятия в старшей школе состоит в развитии у обучающихся способности правильно ориентироваться в происходящих событиях будущей профессиональной деятельности.

В старшей школе на уроках экономики можно использовать следующие формы проведения деловых игр на основе классификации деловых игр Л.В.Ежовой по методологии проведения:

- ролевые игры - каждый участник имеет или определенное задание, или определенную роль, которую он должен исполнить в соответствии с заданием;
- имитационные - имеют цель создать у участников представление, как следовало бы действовать в определенных условиях;

- организационно-деятельностные игры (Г.П. Щедровицкий) - не имеют жестких правил, у участников нет ролей, игры направлены на решение междисциплинарных проблем. Активизация работы участников происходит за счет жесткого давления на личность;

- инновационные игры (В.С. Дудченко) - формируют инновационное мышление участников, выдвигают инновационные идеи в традиционной системе действий, отрабатывают модели реальной, желаемой, идеальной ситуаций, включают тренинги по самоорганизации;

- ансамблевые игры (Ю.Д. Красовский) - формируют управленческое мышление у участников, направлены на решение конкретных проблем предприятия методом организации делового партнерского сотрудничества команд, состоящих из руководителей служб [2, 36].

Деловая игра в старшей школе выполняет деятельностную функцию, которая проявляется следующим образом: деловая игра погружает участников в смоделированную конкретную экономическую ситуацию, направленную на воссоздание и усвоение общественного и социального опыта. Деловая игра помогает обучающимся осваивать социально-значимые способности личности, а именно выработку социально-коммуникативных отношений между людьми, проявляемые через способность сотрудничества и взаимодействия, умения работать в микро группах и малых группах, способность эффективно разрешать конфликты, возникающие в процессе деятельности между людьми. Кроме этого, с помощью деловой игры можно выработать у обучающихся лидерские качества, умения ориентироваться в сложных экономических ситуациях и подстраиваться под быстро меняющиеся экономические ситуации. Чем чаще и интереснее будут деловые игры на уроках экономики для старшеклассников, тем в большей мере будут тренироваться выше названные коммуникативные и личностные умения.

А.И. Прижорин выделяет следующий профессионально-технологический подход к деловым играм в процессе обучения экономике: «по мере развития игрового движения, включения в него все большего числа авторов программ, концепций, методик, каждый из которых приносит свою индивидуальность, по мере умножения разнообразия задач, проблем и ситуаций применения игрового метода границы между перечисленными подходами стали стираться. Прежняя, историческая, так сказать, типология игр устарела» [4, 51]

Деловую игру на уроках экономики в старшей школе используют для реализации следующих педагогических задач:

- развитие у обучающихся экономического, теоретического и практического мышления;
- создание познавательной мотивации и дальнейшее ее развитие;
- приобретение предметно-профессионального и индивидуального опыта;
- приобретение навыков принятия индивидуальных и совместных разумных решений;
- активизация творческого мышления у обучающихся;
- выработка способностей практически оценивать различные точки зрения и пути их сопоставления.

В целом деловая игра имеет следующие преимущества:

- игра позволяет значительно сократить время накопления профессионального опыта;
- игра дает возможность экспериментировать с событием, пробовать разные стратегии решения поставленных проблем и т. д.;
- в деловой игре не абстрактный, а реальный для участника процесс информационного обеспечения его игровых действий, динамика развития сюжета деловой игры, формирование целостного образа профессиональной ситуации;
- игра позволяет формировать у будущих специалистов целостное представление;
- игра позволяет приобрести социальный опыт (коммуникации, принятия решений и т. п.).

Отсутствие теоретически и методически хорошо проработанного игрового способа раскрытия содержания той или иной профессиональной деятельности, моделируемой в игре - является ограничением этой деловой игры. Это связано с тем, что плохо проработанный игровой способ раскрытия этой деловой игры приводит к тому, что многие разработанные специалистами деловые игры на самом деле «не играют», а по факту оказываются деловыми играми только по названию, так как в таких разработках деловых игр отсутствует собственно сама деловая игра.

Во многих разработках деловых игр не заложен механизм организации познавательной и мыслительной деятельности участников, что в свою очередь приводит не всегда к ожидаемому результату. Это связано с тем, что преподаватель вынужден использовать только собственный опыт и интуицию [1, 67].

Также, не стоит забывать о том, что в силу ограниченности во времени, отводимого учителем на проведение деловой игры, приводит к тому, что игра на уроке проигрывается не полностью, а только отдельные ее элементы. В данном случае деловая игра будет эффективна, если обучающиеся хорошо владеют мнимой или условной ситуацией (содержанием и спецификой той или иной деятельности), задаваемой имитационной моделью, которая требует выполнения мнимых (игровых) действий. Если учитель находится в стороне во время проведения деловой игры, то такая игра может нанести непоправимый ущерб содержательной части обучения и тем самым приведет к потере учебного времени. Важную роль в проведении деловой игры занимает роль учителя, который выступает в роли инструктора-консультанта и эксперта, а также учителю необходимо владеть социально-психологической компетентностью. Именно учитель во время проведения деловой игры, ~~сложно~~

СОДЕРЖАНИЕ

РАЗВИТИЕ ТЕОРИИ И ПРАКТИКИ МЕНЕДЖМЕНТА В УСЛОВИЯХ СОВРЕМЕННОЙ ЭКОНОМИКИ

| | |
|---|----|
| Андомина М.О. Рекомендации по маркетинговому продвижению услуг стоматологической клиники | 3 |
| Афонькина Е.О. К вопросу о необходимости совершенствования правового регулирования сферы туризма | 9 |
| Балакирева А.А. Особенности внешней среды охранного предприятия | 11 |
| Болиева И.А., Асадов И.И. Концепция внутреннего маркетинга как фактор повышения конкурентоспособности организации | 16 |
| Будников А.А. Бережливое производство в управлении предприятием | 20 |
| Воронцова Д.В. Специфика розничной торговли женской одеждой и ее учет при разработке интернет-магазина | 22 |
| Глинская М.А. Бренд гостиничного предприятия: значение, проблемы создания и поддержки на современном рынке | 24 |
| Даниярова А.Д., Киреева А.В. Swot-анализ среды ООО «Индустрия питания» | 27 |
| Жабин А.П. Трансформация менеджмента и предпринимательства в контексте происходящих глобальных технологических и социокультурных изменений | 29 |
| Закусилова Н.Я. Конвеншн-центры – суть и перспективы для развития делового туризма | 33 |
| Зинкина Ю.С., Горобченко А.В., Малышева Е.А. Управление персоналом в условиях перехода к цифровой экономике | 35 |
| Иванова Н.Н. Особенности развития гастрономического туризма на глобальном рынке услуг | 39 |
| Илюшников Е.К. Повышение эффективности инвестиций в персонал на основе автоматизации процесса корпоративного обучения | 42 |
| Карсунцева О.В., Денисова О.Н. К вопросу об эффективном управлении процессами трудовой мобильности в экономике инновационного типа | 44 |
| Кузнецова Е.В. Гендерный аспект в трудовых отношениях | 48 |
| Кузнецова Е.В. Проблема манипулятивного воздействия в организации | 51 |
| Кукушкина О.А. Инстаграм как средство продвижения в маркетинге | 53 |
| Куприяшкина Е.Е. Маркетинговая стратегия как метод укрепления конкурентоспособности туриндустрии России на мировом рынке | 56 |
| Малышева Е.А., Шляхова Ю.А., Шарикова Ю.В. Цифровое пространство в управлении персоналом | 59 |
| Маруцак И.В. Стратегические векторы государственной политики регулирования индустрий транзакционного сектора: теоретические вопросы | 62 |
| Морозова А.Ю. Совершенствование работы с Клиентской базой туристской организации | 64 |
| Нефедова Д.Н. Особенности кадрового менеджмента в сфере услуг (на примере предприятия общественного питания) | 66 |
| Николаева Е.Н. Принципы и условности служебного этикета в сфере туризма и гостеприимства | 70 |
| Новак Л.В., Власов Д.В. Управления изменениями в экономических системах | 72 |
| Новиков М.П. Инструменты и методы разработки стратегии устойчивого развития современной организации | 76 |

| | |
|--|-----|
| Оськина Ю.С., Сивакс А.Н. Особенности логистики в медицине | 79 |
| Павленков М.Н., Реймов Р.Ж. Разработка концепции контроллинга управления сбытом предприятия | 83 |
| Плотникова А.В., Тойменцева И.А. Логистический менеджмент как неотъемлемый элемент менеджмента предприятия | 87 |
| Попова Е.С., Щербаков В.А. Рейжинжиниринг бизнес-процессов как необходимый инструмент успешного развития | 89 |
| Пустоварова О.Ю. Ивент-менеджмент в событийном туризме | 94 |
| Сарычева С.А. Речевое воздействие как инструмент привлечения клиента турфирмы | 96 |
| Саубанова Г.А., Ильин П.П., Валова Р.А. Государственное управление в области использования и охраны земель в Республике Башкортостан | 98 |
| Симакова Е.И. Современные проблемы делового этикета и протокола в туристском бизнесе | 103 |
| Телятникова Ю.С. Актуальность дайвинг-туризма в России | 105 |
| Улицкая Н.Ю., Сафронова И.С. Психотип сотрудника как фактор формирования социально- психологического климата организации | 107 |
| Фоменко Е.В., Сучкова Е.В. Совершенствование управления финансами на примере федерального казенного учреждения ФСИН России | 109 |
| Чичкина В.Д. Эффективность функционирования корпоративных структур | 111 |

ПРОБЛЕМЫ ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ ОТРАСЛЕЙ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА

| | |
|--|-----|
| Авдеева И.Ю. Выбор негосударственного пенсионного фонда | 114 |
| Азизбердиева А.К. Оценка состояния рынка делового туризма в г. Новосибирске | 117 |
| Артамонова М.О. К проблемам развития сельского туризма в России | 120 |
| Антонова Д.С., Суслов Д.Н., Ушакова Ю.О., Юрченко М.В. Проблемные аспекты таможенного регулирования ввоза запрещенных товаров на территорию РФ | 122 |
| Баландина А.С. Исследование социально-экономических аспектов малого предпринимательства на муниципальном уровне | 125 |
| Болиева И.А., Бетева Ж.В. Теоретические особенности развития регулирования и эволюции слияний и поглощений в России и за рубежом | 129 |
| Болиева И.А., Камболов А.Х. Государственное регулирование инвестиционных процессов как фактор инвестиционной активности промышленных предприятий | 133 |
| Болячин Ю.В., Лушников Д.А., Симонян С.Э. Коррупция как препятствие экономическому развитию Российской Федерации | 139 |
| Борисова Л.В., Сафронов А.Е., Геращенко Э.Р. Кросс-культурные финансовые коммуникации: учетно-аналитическое обеспечение | 143 |
| Буркина Т.А. Анализ внутренних факторов конкурентоспособности промышленного предприятия | 145 |
| Буркова О.А. Методики анализа системы бюджетирования как часть технологии бюджетного управления компанией | 147 |
| Воронова Е.С. Эффективность финансовой поддержки «Фондом кино» отечественных производителей | 150 |
| Галахова А.А. Выбор оптимальной методики анализа дебиторской задолженности предприятия | 153 |
| Галялутдинова А.И. Рентабельность женских романов на современном издательском рынке России | 156 |

| | |
|---|-----|
| Гончарова А.Л. Конгресс-центры как направление развития MICE-туризма | 159 |
| Дедегкаев В.Х., Хетагуров Г.В. Современные тенденции развития безналичных расчетов с использованием платежных карт | 162 |
| Денисова П.С. Доходы населения как важнейший показатель экономического развития | 165 |
| Добрева И.С., Феофилактова Л.В. Сравнительная характеристика социальной дифференциации российской экономики 2000 - 2018 годов | 168 |
| Ермохина Н.А. Совершенствование управления оборотными средствами предприятия | 171 |
| Ершова П.А., Феофилактова Л.В. Повышение финансовой самостоятельности муниципальных образований на примере города Березники Пермского края | 174 |
| Жаркова К.С., Новосельцева Е.С. Проблема занятости молодежи в Российской Федерации | 177 |
| Жаркова Н.Ю., Сергеева А.А. Анализ пенсионного возраста по различным категориям населения | 181 |
| Жданова К.А. Источники финансирования инвестиционной деятельности предприятий | 185 |
| Кадиленко А.Н. Методика анализа потенциала предприятия на рынке электронной коммерции | 187 |
| Камалетдинова Д.Р. Специфика товарищества собственников жилья и ее учет при организации сервисной деятельности | 190 |
| Камбердиева С.С., Хетагурова Ю.И. Сравнительная характеристика зарубежного и российского развития технопарков в малом и среднем предпринимательстве | 196 |
| Карачакова Д.А., Кулешова Г.А., Литвиненко О.Ю., Суслов Д.Н. Особенности определения таможенной стоимости при импорте одежды в Российскую Федерацию | 199 |
| Карсунцева О.В., Денисова О.Н. Перспективы развития технологического инжиниринга в России | 205 |
| Керезова Г.С. Специфика организации корпоративных мероприятий в MICE-индустрии | 208 |
| Киселев А.А. Совершенствование концептуальных основ оценки влияния таможенного регулирования на результаты деятельности предприятий станкостроительной отрасли | 210 |
| Котов Д.В., Качалкина К.Г. Оценка эффективности кооперации предприятий нефтяной и газовой промышленности | 216 |
| Кривошлыков В.С. Фундаментальные диспропорции агропродовольственного рынка | 221 |
| Кулешова Е.В., Зимакова Л.А. Проблемы автоматизации бухгалтерского учета | 223 |
| Мавлютова Г.А. Инновации - двигатель промышленности | 226 |
| Мазеев П.Е. Ценностно-ориентированная модель оказания бюджетной услуги в области культуры как элемент системы бюджетирования, ориентированного на результат, в современной экономике | 228 |
| Меркулов А.А. Социально-экономические последствия оптимизации системы здравоохранения в России (на примере Самарской области) | 233 |
| Ненуилова Е.С., Шмидт К.Д. Методические основы и особенности процесса использования трудового потенциала в экономике инновационного типа | 236 |
| Остроухова Н.Г. Нефтегазовый комплекс России: проблемы и перспективы Развития | 238 |
| Перепёлкина И.Г., Кранина З.В. Проблемы введения единой валюты Евразийского экономического союза | 246 |
| Сабаева А.С. Бюджетирование как инструмент повышения доходности предприятия | 248 |
| Салманов О.Н. Установление мультипликаторов стоимости при сравнительном методе оценки коммерческих банков | 252 |

| | |
|---|-----|
| Сергеева О.В., Феофилактова Л.В. Проблемы и пути совершенствования инвестиционного кредитования в России..... | 255 |
| Синдяева Ю.А. Факторинг как альтернатива краткосрочному банковскому кредитованию.... | 258 |
| Смола К.В., Фоменко Е.В. Влияние финансовых пирамид на экономическую безопасность России | 261 |
| Татаркина О.А., Карлина Е.П. Проблемы и перспективы развития инновационной деятельности Астраханской области..... | 266 |
| Федосова С.П. Особенности межбанковской конкуренции на российском рынке банковских услуг | 271 |
| Феофилактова Л.В., Русинова Е.А. Проблемы российского рынка ценных бумаг на современном этапе..... | 273 |
| Фоменко Е.В., Бухарметова Н.Ф. Как Чемпионат мира повлиял на экономику России..... | 276 |
| Фоменко Е.В., Летемина А.С. Проблема безработицы молодежи в Российской Федерации | 279 |
| Фоменко Е.В., Соломатина П.А. Совершенствование процедуры оценки платежеспособности заемщиков - юридических лиц в кредитном учреждении | 282 |
| Шумакова О.В., Емельяненко К.В. Современный уровень развития отрасли молочного скотоводства и эффективность инновационных технологий производства молока в Омской области..... | 287 |
| Юрьев К.В. Гравитационная энергия как основа новой экономики | 293 |
| Ямщикова Т.Н., Сивоглазова Д.В. Человеческий капитал сельского хозяйства Воронежской области | 297 |
| Янгирова Л.А. Экономический рост и динамика уровня доходов населения..... | 301 |

ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УСЛУГ

| | |
|--|-----|
| Гуреева Е.Г. Управление качеством образовательных услуг в подготовке бакалавров педагогического образования..... | 306 |
| Дудников В.В. О разработке пиар- продукта вуза | 312 |
| Ершова П.А., Феофилактова Л.В. Изменения в системе оплаты труда в общеобразовательных организациях: проблемы и решения..... | 318 |
| Журанова Н.А., Макарова А.Д., Пугач О.И. Механизм софинансирования при реализации запросов родителей в области проектной деятельности школьников | 321 |
| Зелепухин Ю.В., Цыбина О.Ю. Совершенствование преподавания экономических разделов школьного курса «Обществознание» на основе практико-ориентированного подхода..... | 324 |
| Караваева М.А., Усенко М.А. Особенности элективных курсов экономической направленности в старшей школе | 329 |
| Кузнецова В.П., Тропинова Е.А. Инновационная инфраструктура вуза: проблемы и пути решения..... | 333 |
| Мазная Е.А. К вопросу о формировании экономической грамотности населения как необходимого фактора развития экономики..... | 335 |
| Макаров А.С. Организационная культура и её влияние на эффективность работы образовательной организации | 338 |
| Нурланова Б.М., Жумагулова С. Комек кызы, Абилдаева Г.Б., Шакирова Ю.К. Использование SMART-технологий в образовательном процессе..... | 341 |
| Нурланова Б.М., Жумагулова С. Комек кызы, Аскарова А.А. Об оценке качества электронных образовательных ресурсов | 344 |

| | |
|--|-----|
| Попов А.В. Проблемы развития образовательных услуг | 348 |
| Резун С.Ю., Рогожкина Н.В. К вопросу о формировании ключевых управленческих компетенций в сфере управления человеческими ресурсами у бакалавров менеджмента | 351 |
| Рутковская Г.А., Старкова Я.Д. Игровое и ситуационное моделирование на уроках экономики в школе..... | 355 |
| Цыбина О.Ю., Галялудинова А.И. Проблемы формирования эндаумент-фондов в сфере образования в России | 361 |
| Цыбина О.Ю., Сафонова Е.И. Внебюджетная деятельность общеобразовательных организаций..... | 364 |
| Цыбина О.Ю., Старкова Я.Д. Возможности использования деловой игры в старшей школе на уроках экономики | 367 |

Научное издание

**АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ
РОССИЙСКОЙ ЭКОНОМИКИ И УПРАВЛЕНИЯ**

**Сборник научных статей
I Всероссийской научно-практической конференции**

17-19 декабря 2018 года

В авторской редакции

Издательство не несет ответственности за опубликованные материалы.

Все материалы отображают персональную позицию авторов.

Мнение Издательства может не совпадать с мнением авторов.

Подготовка оригинал-макета - Т.Р. Зайнутдинова

Дизайн обложки - Р.О. Летфуллин

Подписано в печать 19.12.2018 г. Формат 60х84/16.

Усл. печ. л. 21,86 (23,5). Тираж 100. Заказ 31.

ООО "Прайм"

443544, Самарская обл., Волжский р-н,

с. Курумоч, ул. Полевая, д. 49

web-site: www.prime163.ru

Тел.: 8 (846) 922-62-90 e-mail: prime.163@mail.ru

Отпечатано в типографии ООО "Прайм"